



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E DA NATUREZA – CCEN
DEPARTAMENTO DE GEOCIÊNCIAS – DGEOC

JOSSANDRO ARAÚJO DA SILVA

**UMA ANÁLISE SÓCIO-ESPACIAL DO MERCADO PÚBLICO
DO BAIRRO DA TORRE – JOÃO PESSOA/PB**

João Pessoa – PB
2014

JOSSANDRO ARAÚJO DA SILVA

**UMA ANÁLISE SÓCIO-ESPACIAL DO MERCADO PÚBLICO
DO BAIRRO DA TORRE – JOÃO PESSOA/PB**

Orientadora: Prof^ª: Dr^ª. Eliana Alda de Freitas Calado.

**João Pessoa – PB
2014**

Catálogo na publicação
Universidade Federal da Paraíba
Biblioteca Setorial do CCEN

S586a Silva, Jossandro Araújo da.

Uma análise sócio-espacial do mercado público do Bairro da Torre -
João Pessoa, PB / Jossandro Araújo da Silva. – João Pessoa, 2014.
59p. : il.

Monografia (Bacharelado em Geografia) - Universidade Federal
da Paraíba.

Orientador: Prof^ª. Dr^ª. Eliana Alda de Freitas Calado

1. Geografia humana. 2. Mercados públicos - Paraíba.
3. Mercado da Torre - João Pessoa, PB. I. Título.

BS-CCEN/UFPB

CDU 911.3(043.2)

JOSSANDRO ARAÚJO DA SILVA

**UMA ANÁLISE SÓCIO-ESPACIAL DO MERCADO PÚBLICO
DO BAIRRO DA TORRE – JOÃO PESSOA/PB**

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC apresentado ao Curso de Bacharelado em Geografia, do Centro de Ciências Exatas e da Natureza, do Departamento de Geociências da Universidade Federal da Paraíba, em cumprimento as exigências para obtenção do Grau de Bacharelado.

**João Pessoa, PB
2014**

Nota: 9,0

JOSSANDRO ARAÚJO DA SILVA

**UMA ANÁLISE SÓCIO-ESPACIAL DO MERCADO PÚBLICO
DO BAIRRO DA TORRE – JOÃO PESSOA/PB**

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC apresentado ao Curso de Graduação em Geografia, do Centro de Ciências Exatas e da Natureza da Universidade Federal da Paraíba, em cumprimento as exigências para obtenção do Grau de Bacharel.

Aprovado em: 21 / 08 / 2014.

BANCA EXAMINADORA


Orientadora: Profª Drª. Eliana Alda de Freitas Calado


Avaliadora: Profª Drª. Ana Glória Cornélio Madruga


Avaliadora: Profª Drª. Araci Farias Silva

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente e sempre à Deus pelo dom da vida, pelo ar que respiro e pelo Sol diário que me faz acreditar e ter fé nos caminhos percorridos. Os obstáculos são como pedras que existem nos rios: “sempre existirão, mas com fé e perseverança sempre serão contornados”.

Agradeço aos meus pais, seu Ferreira, pelas palavras de incentivo, os conselhos e experiências repassadas para sempre seguir em frente com dignidade; e dona Célia, pela paciência e dedicação que mesmo nos momentos mais turbulentos transpareceu-se a tranquilidade de mãe.

Ao meu sobrinho João Guilherme, membro mais novo da família, que apenas com o seu sorriso ou pronunciando com dificuldade a palavra “titio” faz encher o meu coração com sua alegria e inocência acreditando na possibilidade de um mundo melhor.

À minha noiva Priscila pelo amor, carinho, paciência e dedicação tanto no desenvolvimento da pesquisa quanto na minha vida.

À todos os professores do curso de Geografia, em especial a professora Eliana Calado, que aceitou me orientar e que com seus ensinamentos, experiências e principalmente a paciência colaboraram grandiosamente para elaboração dessa monografia.

A todos os funcionários do Departamento de Geociências que contribuíram direta ou indiretamente, aos colegas de curso pelas alegrias, experiências, constrangimentos e demais emoções que foram compartilhadas no decorrer do curso.

Aos feirantes e comerciantes do mercado público da Torre pelos relatos, entrevistas, disponibilidade e gentileza para atender as solicitações cabíveis ao trabalho.

Todos contribuíram para a realização deste e ficarão lembrados nesse momento mais que especial em minha vida: a formação acadêmica.

Muito obrigado a todos.

RESUMO

Além de ser um espaço para a comercialização basicamente de alimentos, os mercados públicos estabelecem uma permuta de relações e experiências sociais. A origem, o desenvolvimento e caracterização destes campos comerciais contribuem para a ampliação de conhecimentos geográficos numa esfera urbana e ambiental. Esse trabalho visa analisar o espaço físico e social do Mercado Público do bairro da Torre. Suas características, os comerciantes que ali atuam, a historicidade do local, as mercadorias, o capital. Dentre os procedimentos metodológicos utilizados estão: referências bibliográficas, registros fotográficos, entrevistas com comerciantes e consumidores, assim como abordagens qualitativas e quantitativas, caracterizando-se como descritivo e exploratório. Os referenciais teóricos deste trabalho baseiam-se em Ferreti (2000), Pazera (2003), Santos(1985), dentre outros.

Palavras-Chave: Mercados Públicos. Comerciantes. Capital. Mercadoria.

ABSTRACT

Besides being a space for marketing, public markets provide an exchange of experiences and social relationships. The origin, the development and the differentiation of these commercial fields contribute to the expansion of geographical knowledge in urban and environmental sphere. This work aims to analyze the physical and social space of the Public Market of the neighborhood, called Torre. Its features, traders who work there, the historicity of the place, goods, capital. Among the methodological procedures used are: bibliographic references, photographic records, interviews with traders and consumers, as well as qualitative and quantitative approaches, characterized as descriptive and exploratory. The theoretical frameworks of this study are based on Ferreti (2000), Pazera (2003), Santos (1985), among others.

Key words: Public Markets. Traders. Capital. Goods.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01:	Placa de Fundação do Mercado Público do Bairro da Torre.....	25
Figura 02:	Visão Parcial da Avenida Barão de Mamanguape.....	26
Figura 03:	Visão Parcial da Rua Feliciano Dourado.....	26
Figura 04:	Visão Parcial da Rua Caetano Filgueiras.....	27
Figura 05:	Visão Parcial da Avenida Carneiro da Cunha.....	27
Figura 06:	Delimitação do Mercado Público Joaquim Torres.....	28
Figura 07:	Corredor Divisor da Feira com o Mercado.....	29
Figura 08:	Boxe de Raízes e Temperos.....	29
Figura 09:	Esgoto a Céu Aberto.....	30
Figura 10:	Via de Acessibilidade.....	30
Figura 11:	Corredor Lateral do Mercado.....	31
Figura 12:	Pombos nas Estruturas Superiores.....	31
Figura 13:	Boxe de Comercialização de Frangos.....	32
Figura 14:	Placa Informativa da Recuperação do Mercado da Torre.....	32

LISTA DE MAPAS

Mapa 01:	Município da Cidade de João Pessoa.....	19
Mapa 02:	Localização do Bairro da Torre.....	20
Mapa 03:	Localização do Mercado da Torre.....	24
Mapa 04:	Delimitação do Mercado da Torre.....	24

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01:	Faixa Etária dos Comerciantes.....	34
Gráfico 02:	Gênero dos Comerciantes.....	35
Gráfico 03:	Naturalidade dos Comerciantes.....	36
Gráfico 04:	Nível de Escolaridade dos Comerciantes.....	37
Gráfico 05:	Tempo de Atuação no Mercado.....	38
Gráfico 06:	Produtos Comercializados no Mercado da Torre.....	39
Gráfico 07:	Local de Aquisição dos Produtos.....	40
Gráfico 08:	Situação da Banca e/ou Boxe.....	41
Gráfico 09:	Melhorias para o Mercado Público do Bairro da Torre.....	42
Gráfico 10:	Faixa Etária dos Consumidores.....	45
Gráfico 11:	Gênero dos Consumidores.....	46
Gráfico 12:	Nível de Escolaridade dos Consumidores.....	47
Gráfico 13:	Bairro de Residência dos Consumidores.....	48
Gráfico 14:	Profissão dos Consumidores.....	49
Gráfico 15:	Preferência de Compras dos Consumidores.....	50
Gráfico 16:	Preferência de Compras dos Consumidores.....	51
Gráfico 17:	Gastos Semanais dos Consumidores no Mercado da Torre.....	52
Gráfico 18:	Melhorias para o Mercado Público Segundo os Consumidores.....	53

LISTA DE TABELA

Tabela 01:	Bairros mais Populosos da Cidade de João Pessoa.....	18
-------------------	------------------------------------------------------	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	16
1. DA FUNDAÇÃO DA CAPITAL PARAIBANA AO SURGIMENTO DO BAIRRO DA TORRE.....	17
1.1 Localização do Bairro da Torre.....	19
2. O MERCADO DA TORRE: CONCEITO E CONTEXTO HISTÓRICO.....	21
3. ANÁLISE SÓCIO-ESPACIAL DO MERCADO DA TORRE.....	24
3.1 Localização da Área de Estudo.....	24
3.2 Visualização da Área Externa do Mercado da Torre.....	25
3.3 Visualização da Área Interna do Mercado da Torre.....	28
3.4 Perfil dos Comerciantes.....	33
3.5 Problemas Sócio-Espaciais e Comentários dos Comerciantes sobre a Reforma do Mercado.....	43
3.6 Perfil dos Consumidores.....	44
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	56
APÊNDICE.....	57

INTRODUÇÃO

A Geografia é uma ciência dinâmica que possibilita fazermos análises entre os processos naturais e antrópicos. Na vertente urbana desta ciência, o comércio é um dos fatores mais importantes para a contextualização e compreensão do cenário estudado. Transformações urbanas são constantes em nosso meio.

Esse trabalho visa apresentar as principais características do Mercado Público Joaquim Torres, conhecido como Mercado da Torre. Localizado na região central do município de João Pessoa – PB, o bairro da Torre ocupa o 16º lugar em população entre os 64 bairros de João Pessoa. Possui hoje cerca de 15.193 habitantes dos quais 6.597 representa a população masculina e 8.596 representa a população feminina (CENSO 2010). Limita-se ao norte com o Bairro dos Estados, ao sul com o Jardim Botânico Benjamin Maranhão, mas conhecido como a “Mata do Buraquinho”, a leste com os bairros Expedicionários e Castelo Branco e a oeste com o centro da cidade. Trata-se de um bairro predominantemente domiciliar, mas com significativa importância na área comercial.

Abordaremos pontos relevantes da sua formação tais como: sua historicidade, sua estrutura, sua revitalização e sua influência comercial para os bairros circunvizinhos.

O mercado público do bairro da Torre está entre os principais da cidade de João Pessoa-PB. Sua diversidade de produtos e localização geográfica são os destaques contribuintes para esse mérito. Tentaremos explicitar de forma clara e simples a dinâmica e o reflexo dessa área comercial, a importância que o mercado público do bairro da Torre tem para aqueles que o freqüentam seja como trabalhadores ou consumidores e ressaltar os serviços que gradativamente surgiram junto ao desenvolvimento do bairro e que beneficiaram a população.

Entretanto, há alguns questionamentos interessantes a serem feitos como:

- Por que a ideia de reformar o mercado só foi posta após 50 anos de sua existência?
- Será que a realidade do mercado público da Torre corresponde às expectativas dos que o freqüentam?

Mesmo assim o mercado público da Torre tornou-se um ponto comercial de relevante importância na cidade de João Pessoa – PB.

Desse modo, os objetivos desta pesquisa apresentam-se da seguinte forma:

Objetivo Geral: Analisar a organização sócio-espacial e comparar a realidade do mercado público do bairro da Torre na década passada e com os dias atuais, dando ênfase aos elementos e produtos que o caracterizam;

Objetivos Específicos:

- Verificar a origem dos comerciantes e dos produtos comercializados, o perfil dos clientes que freqüentam aquele espaço;
- Observar como o mercado público está organizado, a sua ocupação e os problemas constatados;
- Fazer uma análise entre os produtos que eram comercializados com mais intensidade no início do mercado e nos dias atuais.

O interesse de estudar o mercado público do bairro da Torre surgiu pela curiosidade de procurar entender a causa do grande número de pessoas que se deslocam para aquele local e ali adquirem e consomem seus produtos. Na grande maioria do gênero alimentício.

Esta pesquisa encontra-se dividida em três capítulos. No primeiro capítulo buscaremos relatar uma breve história da fundação de João Pessoa ao surgimento do bairro da Torre, no segundo capítulo falaremos um pouco da origem dos mercados situando o mercado da Torre num contexto histórico, no terceiro capítulo discutiremos os resultados obtidos através da pesquisa in loco.

Desse modo, é importante ressaltar a necessidade de ampliar as informações sobre tal temática. Essa pesquisa servirá como fonte de conhecimento para estudantes e profissionais da área, tendo em vista que os registros existentes ainda são escassos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a realização desta pesquisa utilizamos como percurso metodológico a pesquisa de modo quantitativa, qualitativa, descritiva e exploratória, trazendo assim mais objetividade e maior compreensão à pesquisa; adotamos como procedimentos metodológicos: a pesquisa bibliográfica na Biblioteca Central da UFPB e no Centro de Ciências Sociais da Natureza da UFPB, pesquisa na Internet em sites institucionais e governamentais, a utilização do programa *Quantum Gis* para a elaboração do mapa, a leitura de trabalhos monográficos, das dissertações e teses produzidas sobre as feiras livres, mercados e comércios da Paraíba, sobretudo em João Pessoa, entrevistas e questionários aplicados aos atores do cenário geográfico em estudo. Entretanto, houve dificuldade para encontrarmos fontes referentes à temática, pesquisamos em outros trabalhos que tratam da temática a fim de ampliar o leque de informações.

Os dados obtidos foram interpretados e tabulados graficamente com intuito de explicar de forma geográfica e utilizando os conhecimentos aprendidos no decorrer de todo o curso de Geografia. Essas leituras foram feitas no decorrer da pesquisa e serviu de fundamentação teórica para a elaboração da mesma.

Foram realizadas 20 entrevistas semi-estruturadas com os comerciantes que fazem a feira livre e o mercado público da Torre e 20 entrevistas semi-estruturadas com clientes consumidores. Também realizamos entrevistas com o atual administrador do mercado e com alguns dos primeiros comerciantes que trabalham no local.

A bibliografia consultada colaborou para uma melhor compreensão da origem, da organização e da diferenciação entre as feiras livres e os mercados públicos; e serviu como alicerce para a pesquisa de campo e a análise dos dados obtidos. Utilizamos: Santos (1985; 2008); Dantas (2007); Silva (2010); Ferretti (2000); Pazera (2003) etc.

1. DA FUNDAÇÃO DA CAPITAL PARAIBANA AO SURGIMENTO DO BAIRRO TORRE

Neste capítulo iremos apresentar um breve resumo, um pouco da historicidade da formação do bairro da Torre, desde a sua fundação da atual capital paraibana até chegar ao surgimento do bairro.

Com início da colonização portuguesa no Brasil no séc. XVI, o território em que se localiza hoje a cidade de João Pessoa pertencia a Capitania de Itamaracá. Franceses, portugueses e espanhóis disputavam a região que era rica em cana-de-açúcar.

A atual capital paraibana foi fundada em 05 de agosto 1585 inicialmente com o nome de Nossa Senhora das Neves (homenagem ao santo do dia), em 29 de outubro do mesmo ano passou a se chamar Filipéia de Nossa Senhora das Neves em homenagem ao rei da Espanha D. Filipe II, que até então tinha domínios sobre Portugal, posteriormente em 26 de dezembro de 1634 recebe o nome de Frederica em homenagem ao Príncipe Orange, Frederico Henrique. Muda de nome mais uma vez em 01 de fevereiro de 1654 para Pahayba em denominação a capitania, depois a província e por último o Estado. Finalmente em 04 de setembro de 1930 a capital foi batizada de João Pessoa, nome do então governador do Estado assassinado naquele mesmo ano em Recife-PE.

Por descendência portuguesa às margens do rio Sanhauá, a cidade foi sendo construída de acordo com sua topografia: cidade baixa (Porto do Capim) onde começou as atividades comerciais ligadas à cana-de-açúcar e a cidade alta onde se construiu igrejas, conventos e casas para os colonos. À medida que a cidade se expandia, novos traçados e cada vez mais espontâneos surgiam: “...o espaço não pode ser apenas formado pelas coisas, os objetos geográficos naturais e artificiais, cujo conjunto nos dá a natureza. O espaço é tudo isso mais a sociedade” (SANTOS, 1985, p. 01).

Os primeiros modeladores da capital paraibana foi o interventor Anthenor Navarro e o urbanista Nestor Figueiredo. Após a morte de Navarro em abril de 1930, Argemiro Figueiredo e Nestor Figueiredo assumem a responsabilidade de dar continuidade ao projeto (SANTOS & FILHA, 2007, p. 02).

Dentre tantos planos e modelações territoriais surgiu o traçado do bairro da Torre planejado por Nestor Figueiredo em 1932, possuindo um desenho diferenciado em relação às outras regiões da cidade, ora ortogonal ora em forma de leque.

Essa transformação da paisagem resultou em transformações significativas que refletem nos dias atuais. Milton Santos (1985, p. 01-02) diz que:

“... a paisagem é o conjunto de objetos geográficos distribuídos sobre um território, sua configuração geográfica ou sua configuração espacial e a maneira como esses objetos se dão aos nossos olhos, na sua continuidade visível”.

Considerado bairro nobre e um dos pioneiros da capital João Pessoa o bairro da Torre privilegia-se por sua localização semi-central e um relevo plano que favoreceu à sua interligação com o centro da cidade. No bairro podemos encontrar todos os tipos de comércio (lojas de materiais de construção, supermercados, farmácias, dentre outros). Apesar de ser considerado um bairro comercial, possui grande parte dos imóveis destinados à moradia com uma grande crescente nas construções verticalizadas. O bairro da Torre limita-se ao norte com o Bairro dos Estados, a oeste com o Centro da cidade, a leste com os bairros Expedicionários e Castelo Branco e ao sul com o Jardim Botânico Benjamim Maranhão, mais conhecido como a Mata do Buraquinho.

Dentre os bairros mais populosos da cidade de João Pessoa-PB, o bairro da Torre ocupa o 16º lugar em população, possui cerca de 15.193 habitantes dos quais 6.597 representa a população masculina e 8.596 representa a população feminina assim como mostra a figura a seguir:

Bairro	População
Mangabeira	75.988
Cristo Redentor	37.538
Oitizeiro	29.125
Manaira	26.369
Cruz das Armas	25.549
Gramame	24.829
Valentina	22.452
Jardim Cidade Universitária	21.425
Varjão	16.973
Alto de Céu	16.557
Alto de Mateus	16.281
José Américo	16.269
Funcionários	15.848
João Paulo II	15.446
Jardim Oceania	15.283
Torre	15.193
Jaguaribe	14.651
Ernesto Geisel	14.184
Bessa	13.096
Jardim Veneza	12.812
Mandacarú	12.593

Tabela 01: Bairros mais Populosos da Cidade de João Pessoa.

Fonte: CENSO, 2010.

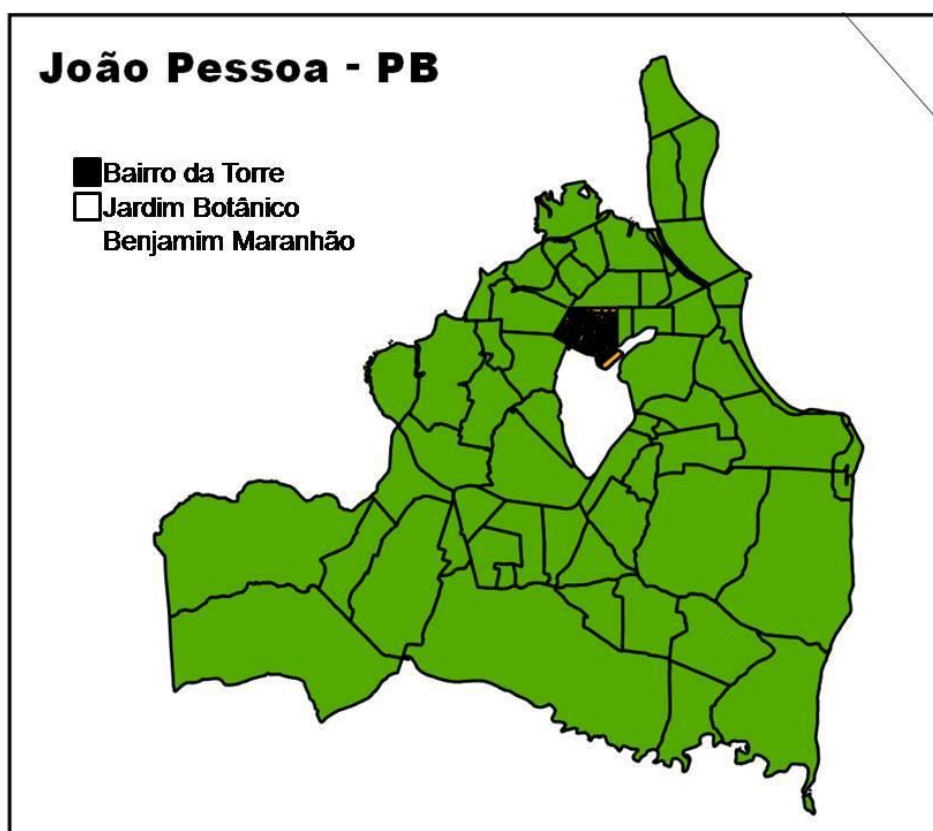
O nome deste bairro é uma homenagem a Joaquim Torres, operário chefe da Firma Ferro Carril, responsável pelo assentamento dos trilhos do bonde na cidade de João Pessoa-

PB. Assim, segundo Walfredo Rodrigues (Roteiro Sentimental de uma Cidade), pode-se ver que o nome correto do bairro é TORRES e não Torre, como nos acostumamos a chamar.

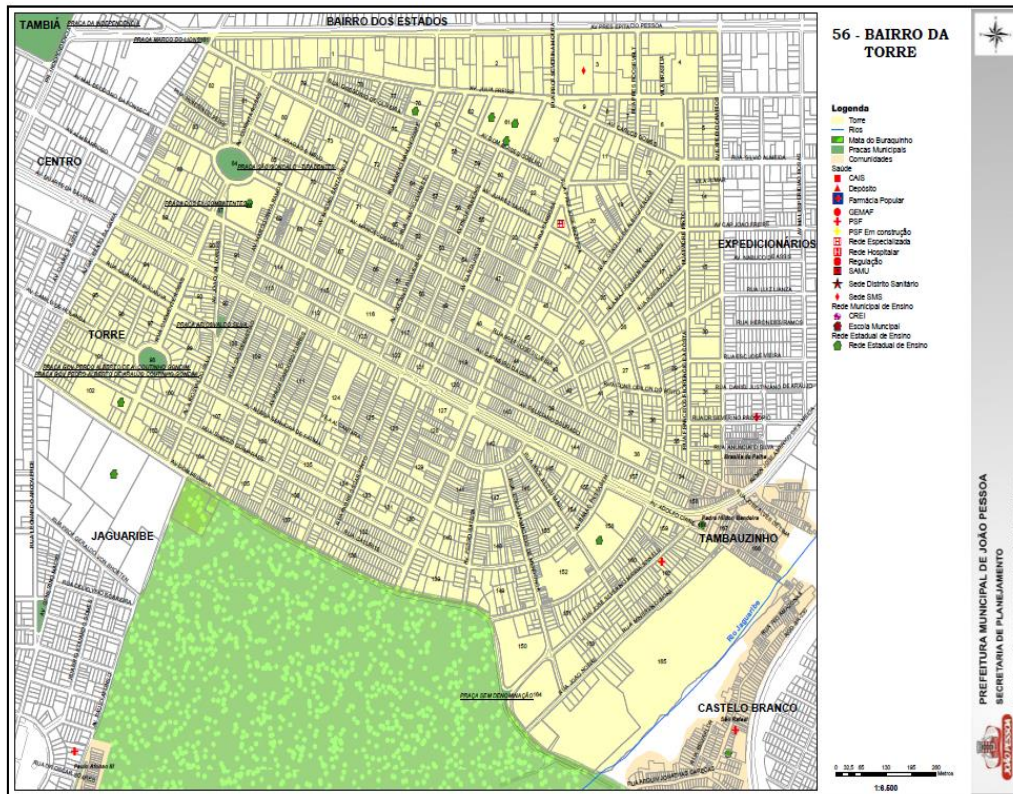
Hoje, o bairro da Torre é um dos mais requisitados pelos ramos comerciais e imobiliários. Observa-se uma realidade significativa no número de verticalizações ocorrendo no bairro. Isso é resultante do grande desenvolvimento da cidade. Todos esses fatores contribuem para a valorização do bairro, com isso o mercado público local passa a ter uma notoriedade maior.

A seguir veremos em mapa a localização do bairro da Torre onde poderemos observar as delimitações com outros bairros e com o Jardim Botânico Benjamin Maranhão, mas conhecido como Mata do Buraquinho:

1.1 LOCALIZAÇÃO DO BAIRRO DA TORRE



Mapa01: Município de João Pessoa.
Fonte: Quantum Gis.



Mapa 02: Localização do Bairro da Torre.

Fonte: Prefeitura Municipal de João Pessoa, 2014.

O bairro da Torre está delimitado no mapa 1, em destaque. Considerado um bairro semi-central possui algumas das principais avenidas da cidade de João Pessoa, como: a Avenida Pedro II, a Avenida José Américo de Almeida (mais conhecida como Beira Rio), a Avenida Rui Barbosa e boa parte da Avenida Presidente Epitácio Pessoa.

2. O MERCADO DA TORRE: CONCEITO E CONTEXTO HISTÓRICO

A palavra *feira* deriva-se do latim *feria* que significa dia festivo, pois “nos dias de festa os mercadores iam à praça pública negociar as suas mercadorias “feira” passou da religião ao comércio e virou feira e féria, a remuneração...” (PIMENTA, 2002, p. 91).

A feira é uma atividade praticada há milhares de anos em todo o mundo. Existem feiras espalhadas por todo o Brasil, porém, é no Nordeste onde elas mais se evidenciam. O desenvolvimento das feiras resultou no aparecimento de novas formas de comercialização, entre elas o mercado público.

Os mercados começaram a surgir na Europa Ocidental por volta do séc. XVIII por influência dos *mouros* que eram povos localizados ao noroeste da África e consistiam fundamentalmente aos grupos étnicos berberes e árabes. Estes povos caracterizavam-se por expor seus produtos em excesso causando uma ideia de circularidade entre odores, cores e outros elementos.

A palavra *mercado* deriva-se do latim e é usado para definir um local delimitado onde compradores e vendedores se encontram para trocar os seus bens. Originado e resultante das feiras, o mercado é um sistema que evoluiu no tempo devido a várias influências ao longo dos anos. O tempo, a substituição de produtos, a inovação tecnológica, a concorrência, a cultura; foram os principais fatores contribuintes para a transformação dos mercados.

No que se diz a respeito de mercados públicos, estes se constituem em uma das primeiras formas que marcam a ruptura homem / natureza, de modo que o homem deixa de produzir sua própria existência, revelando novas descobertas na relação tempo / espaço social, através da troca de produtos. Isso influenciou no desenvolvimento dos mercados públicos, pois estes passaram a se tornar uma referência comercial e fazer parte diretamente da identidade do cenário físico-social de cada região.

A partir do séc. XIX, momento em que as comunicações à maiores distâncias se tornam mais comuns e necessárias, os locais de vendas sofrem alterações significativas devido principalmente à concentração do capital privado. As mercadorias passam a ter um valor condizente às necessidades de cada indivíduo, embora muitas vezes o valor real do produto estivesse implícito para que o lucro fosse mais latente.

Capital como sendo a acumulação de mais-valia produzida pelo trabalho, podendo se transformar em dinheiro, mercadorias ou meios de produção; e *mercadoria* como um objeto exterior, uma coisa que, pelas suas propriedades, satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie (MARX, 1867).

O mercado público passa por metamorfoses que sugerem a redefini-lo como um lugar “tradicional”, produzindo uma “identidade” social para aquela localidade. É um espaço de interligações de produtos, presente na antiguidade e que até hoje permanece, mostrando a capacidade de dialogar com outras formas comerciais mais modernas. Esse resultado advém da necessidade da realização da troca de mercadorias, do deslocamento nos diferentes momentos históricos e da importância que o local representava para o abastecimento da cidade e da região abrangida.

O mercado passa a ser uma referência municipal, um espaço que retrata direta e/ou indiretamente a cidade e até a cultura da população local. Caracteriza-se por ser mais organizacional do que a feira, possuir uma infraestrutura de água, esgoto e eletricidade; sua área é delimitada e dividida em boxes destinados à comercialização de carnes, cereais, hortigranjeiros e outros. Diferentemente da feira “tradicional” onde suas características se dão principalmente por ela ser realizada ao ar livre, usar uma linguagem simples e informal e ser desprovida de infraestrutura como: saneamento, esgoto, eletricidade, etc.

As feiras livres e os mercados públicos se inter-relacionam primeiramente porque um é originado do outro e ambos possuem exposição de produtos, relações sociais, uma linguagem própria e ambos estão inseridos no contexto histórico da região onde estão localizados.

O mercado público do bairro da Torre foi iniciado em 1º de julho de 1962 e concluído em 30 de novembro de 1962 na então gestão de Pedro Moreno Gondim como governador da Paraíba (1961-1966) e de Luiz Gonzaga de Miranda Freire como prefeito de João Pessoa-PB (1959-1963).

Em entrevista realizada com comerciantes do mercado, estes relataram que no final da década de 50 e início da década de 60 a feira era simples e comum às outras. Logo no raiar do dia os feirantes deslocavam bancas de madeiras diariamente para poder expor seus produtos. No começo eram poucos comerciantes que negociavam predominantemente produtos alimentícios, com o passar dos anos foi aumentando significativamente esse número. Daí começaram a surgir outros serviços além do comércio básico de alimentos como: bares, lanchonetes, churrascarias, barbearias, dentre outros; os quais ajudavam a suprir as necessidades dos clientes e comerciantes. Os negócios foram se expandindo e a necessidade um espaço físico maior também cresceu, foi daí então que houve uma pré-disposição de elaborar tal projeto.

Segundo Manoel Neto, atual administrador do mercado público da Torre, o local hoje dispõe aproximadamente de 180 pessoas trabalhando. Dentre estes aproximadamente 100

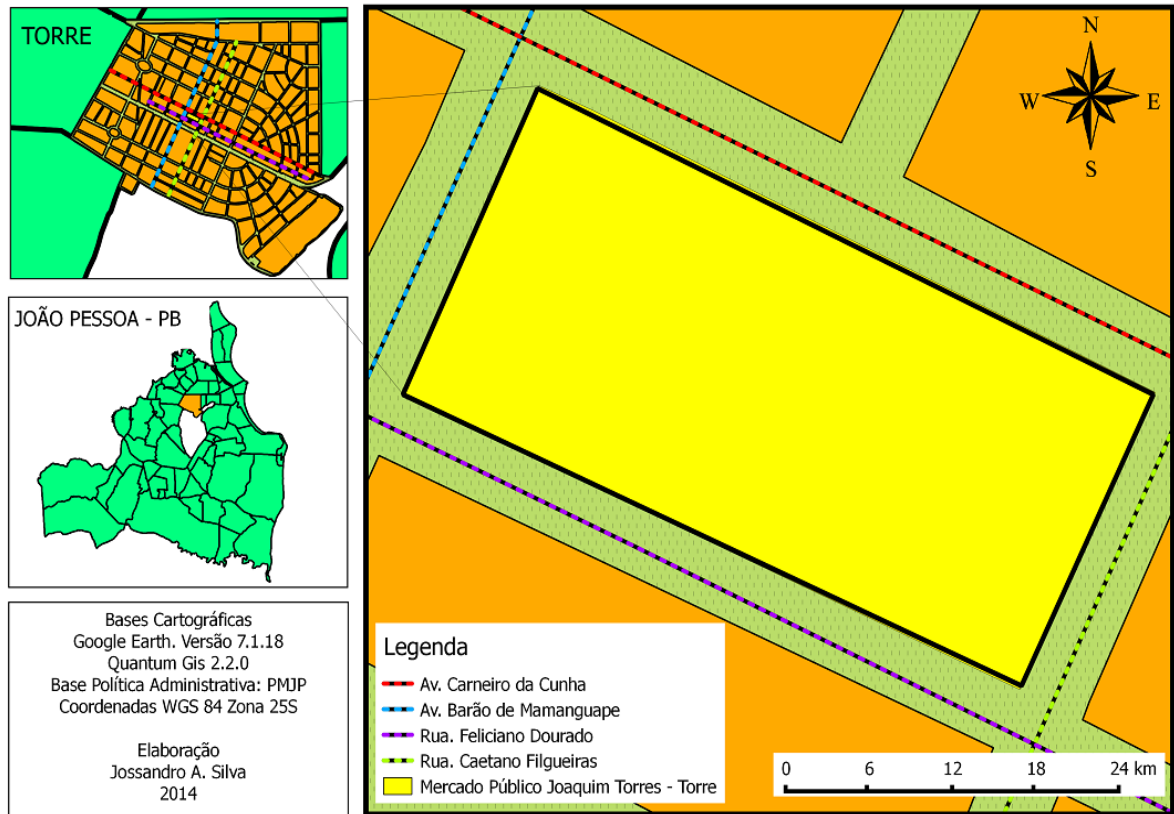
comerciantes trabalham nos 85 boxes da feira livre levando em consideração de que mesmo com um espaço físico pequeno existem boxes onde trabalham 2 e 3 pessoas ou até mais. O restante dos comerciantes trabalha dentro do mercado que hoje comporta cerca de 80 boxes onde além de produtos alimentícios oferta serviços tais como: cabeleireiros, lotéricas, produtos importados, confecções, etc. As atividades no mercado da Torre começam logo cedo por volta das 06:00h da manhã e só encerram no final da tarde.

Quando perguntado aos comerciantes locais o por que de só após 50 anos houve a ideia de se reformar a área que abrange o mercado, estes responderam que os governantes desse período não se preocupavam muito com esse projeto. O problema ficava se repassando pelos mandatos governamentais. Em abril de 2011 a prefeitura municipal de João Pessoa-PB decidiu investir 6,4 milhões de reais para revitalizar o espaço.

Na administração do local não há documentos oficiais que registrem a história do mercado, os relatos dos comerciantes foram a base da estruturação documentária deste trabalho. A seguir temos a localização do mercado a partir de dois programas de computador: o *Quantum Gis* e o *Google Maps*.

3. ANÁLISE SÓCIO-ESPACIAL DO MERCADO DA TORRE

3.1 LOCALIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO



Mapa 03: Localização do Mercado Público Joaquim Torres.

Fonte: Quantum Gis, 2014.



Mapa 04: Delimitação do Mercado Público da Torre Joaquim Torres.

Fonte: Google Maps, 2014.

Existe uma comercialização informal realizada no entorno do Mercado Público Joaquim Torres, que está delimitado no Mapa 01 em destaque. Esse espaço comercial está localizado no bairro da Torre entre as ruas: Caetano Filgueiras, Feliciano Dourado; e as Avenidas: Carneiro da Cunha e Barão de Mamanguape. As imagens acima mostram a delimitação do mercado da Torre realizada a partir dos programas *Quantum Gis* e *Google Maps* respectivamente.

Segue abaixo as fotos que mostram uma visão parcial das ruas e da avenida que circundam o mercado:

3.2 VISUALIZAÇÃO EXTERNA DO MERCADO DA TORRE

Na entrada principal do mercado encontra-se a placa de fundação do mesmo. Nela encontra-se os nomes de alguns secretários governamentais da época como: o Drº Oscar de Castro (Educação), Drº Ivanildo Pessoa (Saúde), o Drº Francisco Nogueira da Silva (Viação), o Profº Drº Fenelon Câmara (Chefe de Gabinete) e o Drº Miranda Freire, nomeado Secretário de Finanças e administrador do mercado naquele período. Essas informações vemosna Figura 01 a seguir:



Figura 01: Placa de Fundação do Mercado Público do Bairro da Torre.
Fonte: Jossandro A. Silva, 2014.

A Avenida Barão de Mamanguape encontra-se asfaltada e sinalizada com boas condições para o trânsito. Como mostra a figura 02 a seguir:



Figura 02: Visão Parcial da Avenida Barão de Mamanguape.
Fonte: Jossandro A. Silva, 2014.

Na Rua Feliciano Dourado observamos que a mesma é apenas calçada e no meio da via há uma construção inacabada que restringe o deslocamento de veículos. As pessoas atravessam a construção por um beco inseguro. Podemos observar na Figura 03:



Figura 03: Visão Parcial da Rua Feliciano Dourado.
Fonte: Jossandro A. Silva, 2014.

Na Rua Caetano Filgueiras constatamos que há um asfalto, porém, o mesmo encontra-se desnivelado e possui alguns buracos comprometendo de certa forma o bom fluxo dos veículos. A Figura 04 nos mostra dessa forma:



Figura 04: Visão Parcial da Rua Caetano Filgueiras.
Fonte: Jossandro A. Silva, 2014.

A Avenida Carneiro da Cunha também se encontra asfaltada e bem sinalizada, porém, o que podemos constatar de irregular são alguns comerciantes informais que se localizam no acostamento da Avenida dificultando assim o estacionamento dos veículos. Assim segue a Figura 05:



Figura 05: Visão Parcial da Avenida Carneiro da Cunha.
Fonte: Jossandro A. Silva, 2014.

Com isso, observamos que no entorno do mercado da Torre existe uma grande quantidade de comércio: supermercados de médio porte, farmácias, açougues, casas de matérias de construção, dentre outros.

Em todas as imagens podemos visualizar o grande número de veículos transitando e estacionados, o que afirma que o local é bastante visitado e movimentado. Isso já seria suficiente para que a administração local junto às autoridades municipais repensasse uma melhor infraestrutura para as vias que deixam a desejar no que se diz respeito ao acesso ao mercado beneficiando assim comerciantes, motoristas e pedestres.

3.3 VISUALIZAÇÃO INTERNA DO MERCADO DA TORRE

No interior do mercado podemos encontrar diversos produtos. A Figura 06 destaca o grande corredor das frutas. Nessa área podemos encontrar laranjas, melancia, mamão, uvas, etc. Esse espaço do mercado é uma das mais movimentadas do local:



Figura 06: Corredor das Frutas.

Fonte: Jossandro A. Silva, 2014.

Em um dos corredores do mercado observamos uma estrutura comprometida, que traz risco para os comerciantes e consumidores, assim como também o chão molhado por vazamentos de encanação. É o que mostra a Figura 07:



Figura 07: Corredor Divisor da Feira com o Mercado.
Fonte: Jossandro A. Silva, 2014.

Na Figura 08 temos uma das comerciantes mais antigas do mercado conhecida como “Penha dos Temperos”, uma verdadeira história viva do mercado da Torre:



Figura 08: Boxe de Raízes e Temperos.
Fonte: Jossandro A. Silva, 2014.

Na Figura 09 encontramos um dos maiores problemas do mercado da Torre, esgoto a céu aberto, pondo em risco as pessoas e os produtos ali comercializados:



Figura 09: Esgoto a Céu Aberto.
Fonte: Jossandro A. Silva, 2014.

Na figura 10 podemos destacar uma das rampas de acessibilidade para o mercado. Localizada numa lateral do espaço comercial, a via é utilizada principalmente por cadeirantes e idosos:



Figura 10: Via de Acessibilidade.
Fonte: Jossandro A. Silva, 2014.

Na Figura 11 podemos observar um dos corredores laterais do mercado e o que chama a atenção é a grande quantidade de boxes inativos. Muitos se encontram nessa situação por de falta de interessados pelos mesmos:



Figura 11: Corredor Lateral do Mercado.

Fonte: Jossandro A. Silva, 2014.

Constatamos outro problema do mercado: os pombos que sobrevoam e pousam nas estruturas superiores lançando dejetos nos corredores e até sobre as pessoas. Os comerciantes já solicitaram a visita do Centro de Zoonoses no local para inspecionarem e avaliarem a situação, porém, não obtiveram êxito com o pedido. Esse fato pode ser observado na Figura 12 a seguir:



Figura 12: Pombos nas Estruturas Superiores.

Fonte: Jossandro A. Silva, 2014.

Observamos um dos boxes destinados à comercialização de frangos. Ambiente higiênico sob a responsabilidade de outro comerciante antigo do mercado da Torre, o “Zé das Galinhas”. Vejamos na Figura 13 a seguir:



Figura 13:Boxe de Comercialização de Frangos.
Fonte: Jossandro A.Silva, 2014.

Em uma lateral do mercado está a placa de recuperação do Mercado da Torre que indica valores, datas e o órgão responsável pela obra. Entre tantos prazos que foram divulgados e “redivulgados” entre o ano de 2011 e 2013, prometeu-se a entrega do mercado da Torre no aniversário desse ano da cidade de João Pessoa, dia 05 de agosto, mas, até o prezado momento a obra não foi concluída. Os comerciantes do local anseiam por esse momento, pois essa revitalização vem sendo esperada por todos. Os moradores, empresários e os próprios comerciantes do local alegam que seus bens e produtos serão valorizados após a reforma do local, pois a área será bem quista e os negócios só tenderão a melhorar.

O mercado da Torre está entre os principais mercados públicos do município de João Pessoa-PB. Apesar da demora política o cotidiano do mercado segue normalmente, a tradição do local é maior do que os problemas. A placa referida podemos observar na Figura 14 a seguir:



Figura 14:Placa Informativa da Recuperação do Mercado da Torre.
Fonte: Jossandro A. Silva, 2014.

3.4 PERFIL DOS COMERCIANTES

Tivemos um pouco de dificuldade para a realização das entrevistas e aplicação do questionário, os comerciantes desacostumados com esse tipo de abordagem pensavam que se tratava de algo relacionado à política, tendo em vista que o período da pesquisa coincidiu com o período eleitoral do pleito de 2014 do mês de agosto. Alguns se recusaram a responder as perguntas, outros depois de muita paciência na explicação do objetivo da pesquisa concordavam e outros ainda responderam de forma amistosa.

Segundo Manoel Neto, atual administrador do mercado público da Torre, o local hoje dispõe aproximadamente de 180 pessoas trabalhando. Dentre estes aproximadamente 100 comerciantes trabalham nos 85 boxes da feira livre levando em consideração de que mesmo com um espaço físico pequeno existem boxes onde trabalham 2 e 3 pessoas ou até mais. O restante dos comerciantes trabalha dentro do mercado que hoje comporta cerca de 80 boxes onde além de produtos alimentícios oferta serviços tais como: cabeleireiros, lotéricas, produtos importados, confecções, etc. As atividades no mercado da Torre começam logo cedo por volta das 06:00h da manhã e só encerram no final da tarde.

Em pesquisa in loco constatamos que os feirantes são pessoas humildes, a maioria já tem uma experiência de vida consistente e trabalham no local há anos, muitos desde a fundação do mercado.

Em entrevistas semi-estruturadas realizadas com 20 comerciantes procuramos pesquisar sobre: faixa etária, gênero, naturalidade, nível de escolaridade, tempo de atuação no mercado, produtos comercializados, local de aquisição dos produtos, situação da banca e melhorias para o mercado; a partir das respostas obtidas elaboramos os gráficos com os perfis dos comerciantes. Dessa forma ilustrativa, a compreensão do espaço físico-temporal da área de estudo torna-se mais fácil, assim podemos assimilar as informações obtidas e retransmiti-las nos gráficos.

No Gráfico 01 constatamos que a maioria dos comerciantes do mercado da torre está acima dos 51 anos. Com isso, percebe-se que o local possui pessoas experientes no ramo e que estes têm um grande número de clientes que há anos consomem seus produtos. Podemos observar também uma faixa etária intermediária que está entre os 36 aos 50 anos e que nesse grupo existe uma mão de obra familiar. O Gráfico também mostra uma grande quantidade de comerciantes numa faixa etária relativamente jovem. Isso revela que muitos iniciam sua vida profissional no ramo comercial, seja por herança de família ou apenas por oportunidade oferecida.

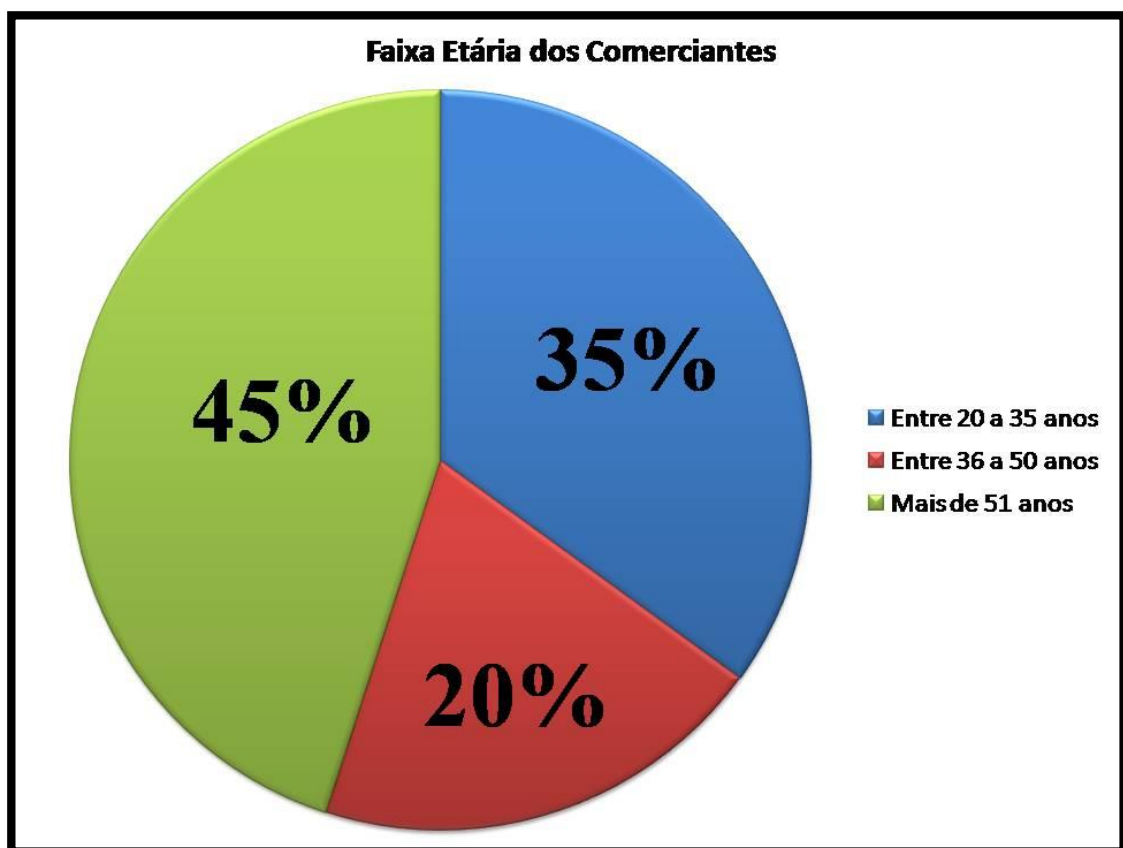


Gráfico 01: Faixa Etária dos Comerciantes.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

Quanto ao gênero, a maior parte dos comerciantes consultados foi do sexo feminino com 55% e 45% do sexo masculino. Desse modo, observa-se no gráfico 2 a seguir a predominância feminina dentro da feira/mercado público da Torre.

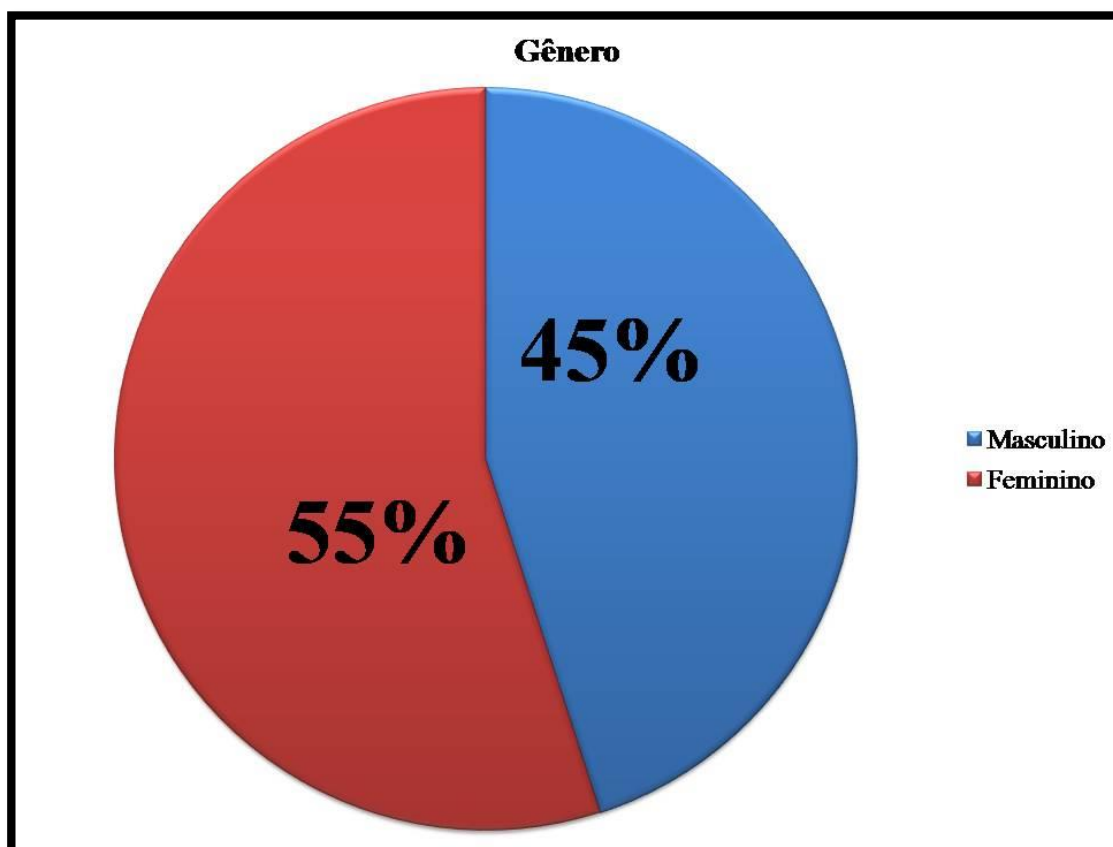


Gráfico 02: Gênero dos Comerciantes.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

No que diz respeito ao local de origem (a naturalidade) dos feirantes e comerciantes observou-se uma ampla variedade. A maioria, que corresponde a 50%, são naturais do próprio município de João Pessoa-PB, em seguida Rio Tinto, Juazeirinho e Patos ocupam 10% dos locais de origem e Cabedelo, Coremas, Serraria e Serra Redonda apareceram com representação de 5%. O gráfico 3 a seguir mostra uma significativa migração das cidades interioranas para a capital na tentativa de uma melhor oportunidade de trabalho.

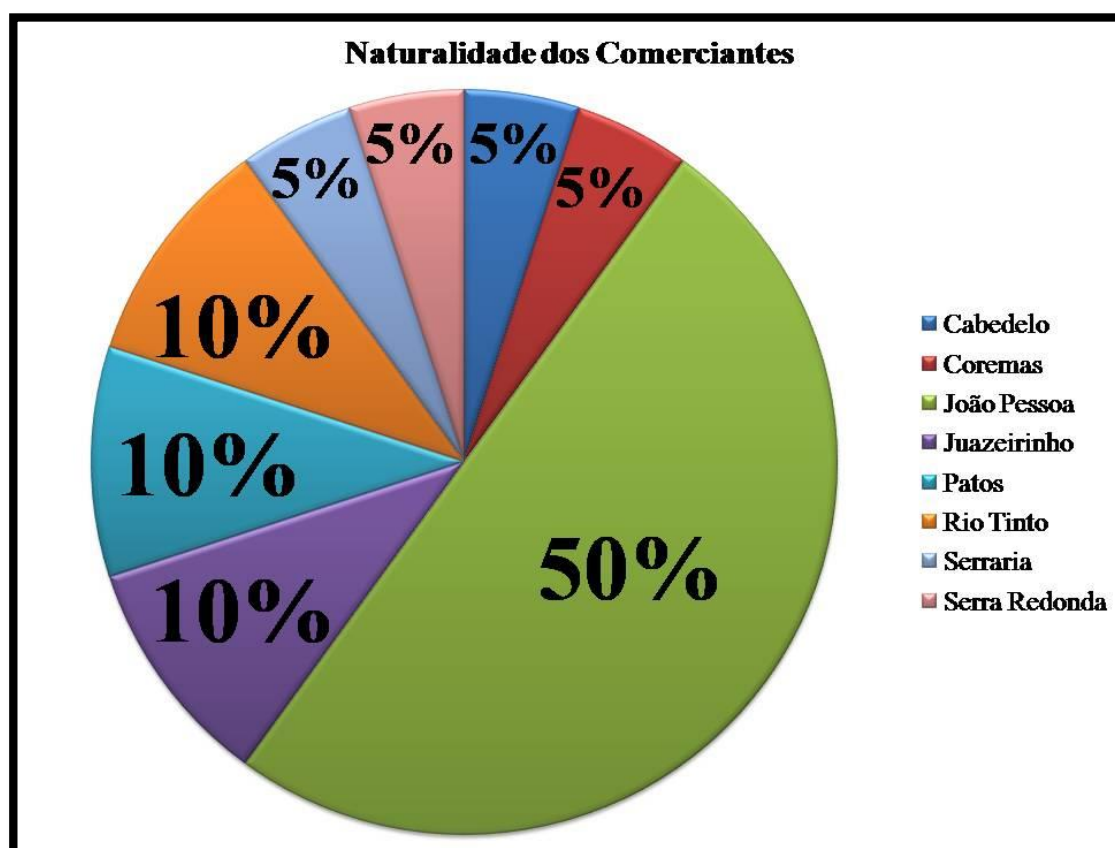


Gráfico 03: Naturalidade dos Comerciantes.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

O gráfico 04 a seguir nos mostra que a grande maioria dos comerciantes tem apenas o nível de escolaridade fundamental ou médio e nem sempre concluídos, e apenas uma comerciante entrevistada relatou que está cursando Direito numa faculdade particular.

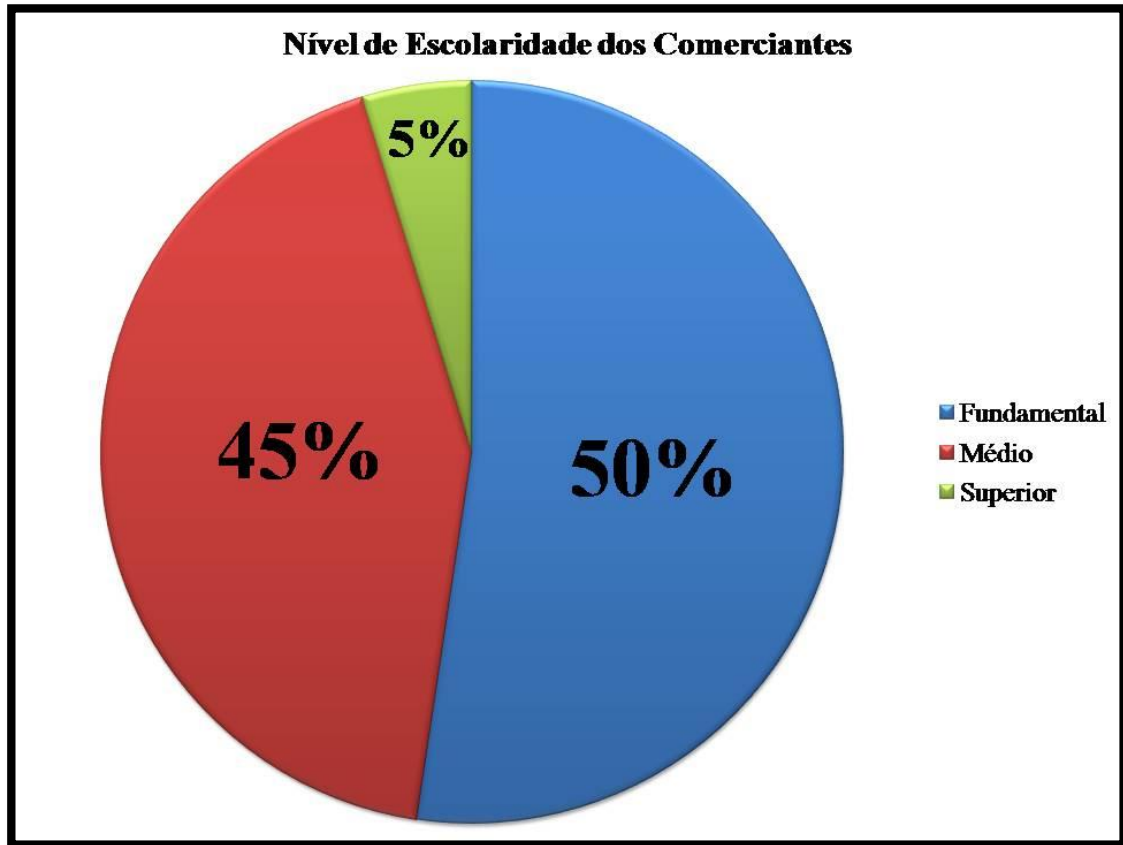


Gráfico 04: Nível de Escolaridade dos Comerciantes.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

No Gráfico 05 a seguir observamos mais da metade dos comerciantes trabalham no local há mais de 30 anos. Esse grupo é bastante conhecedor da história tanto do bairro quanto da feira/mercado. Mas no geral os comerciantes têm um tempo significativo de atuação no local.

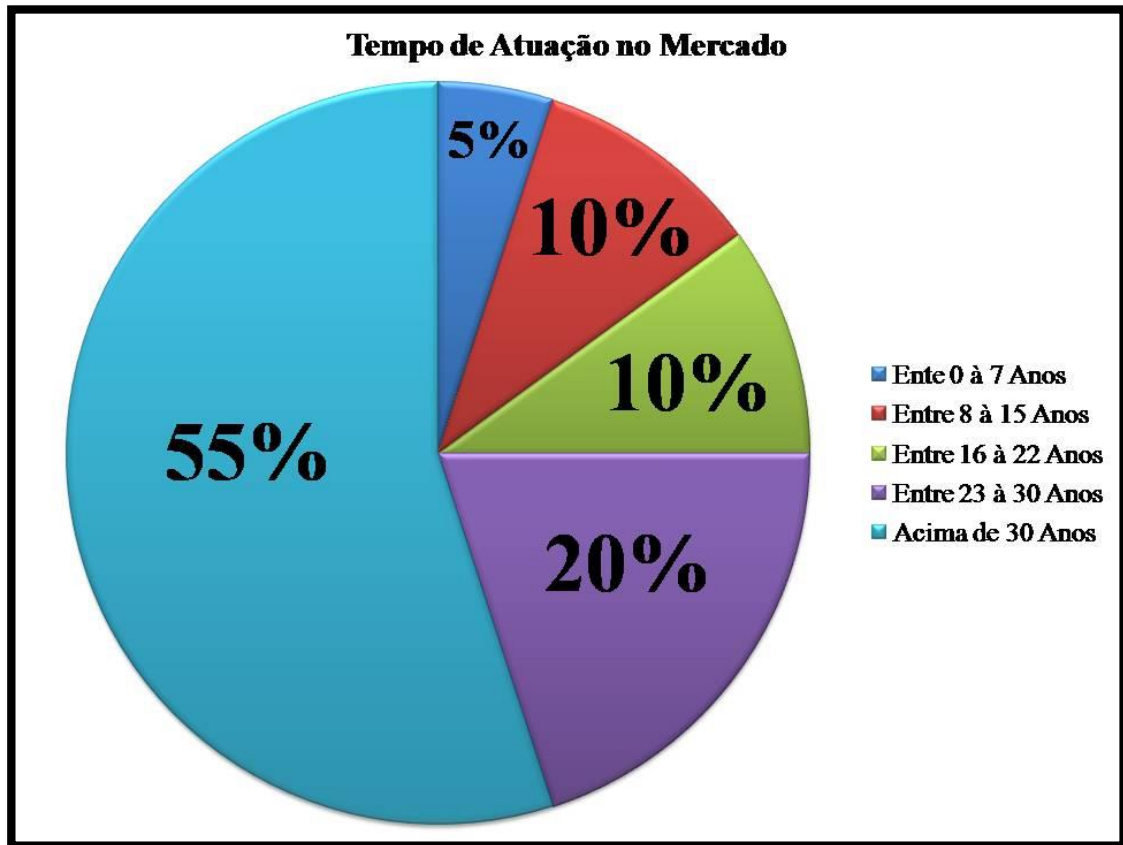


Gráfico 05: Tempo de Atuação no Mercado da Torre.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

No Gráfico 06 a seguir vemos que as frutas, legumes e verduras lideram o percentual dos produtos mais comercializados, em seguida vem carnes/frangos e grãos, crustáceos, peixes e outros produtos representam apenas 5% dos produtos.

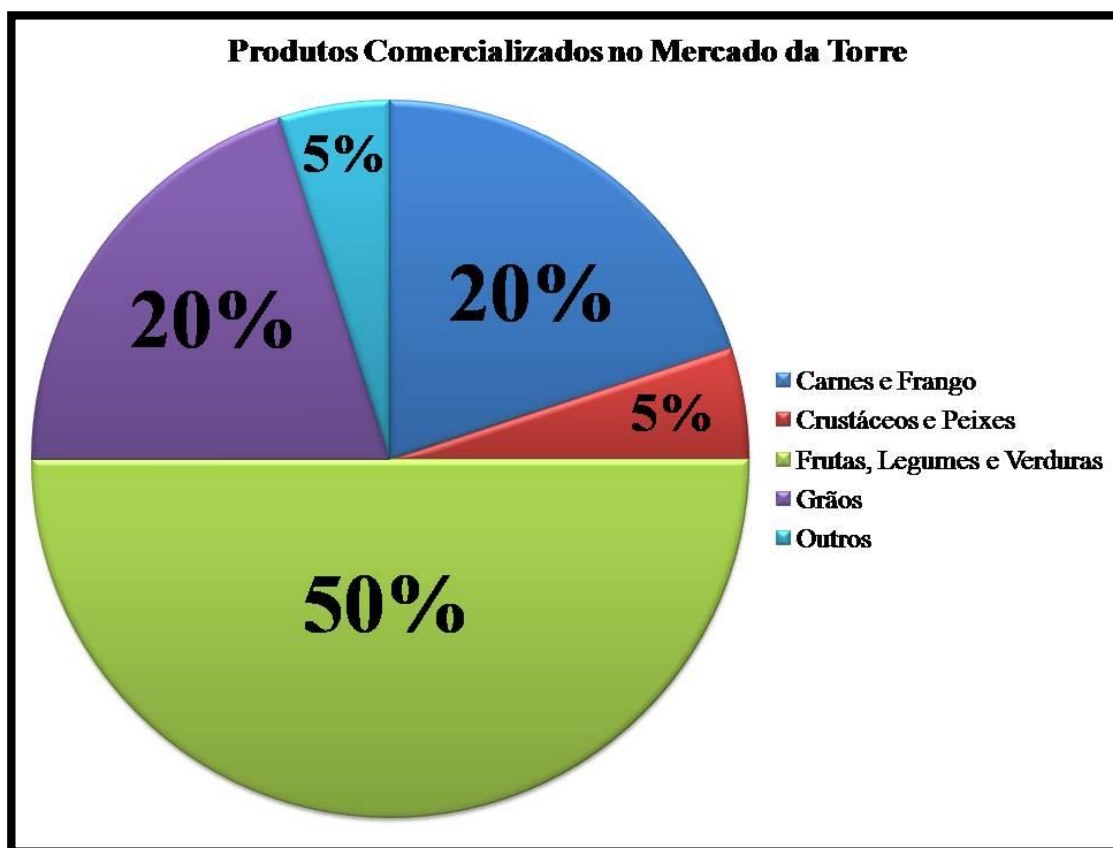


Gráfico 06: Produtos Comercializados no Mercado da Torre.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

Em relação ao local onde os comerciantes adquirem seus produtos o gráfico 07 a seguir mostra que a maioria obtém nas Centrais Estaduais de Abastecimento (CEASA) tendo em vista que se tratam das frutas, legumes e verduras, existe também fornecedores rurais e costeiros que repassam produtos aos comerciantes. Em relação às carnes e frangos são os abatedouros existentes na grande João Pessoa que abastecem os comerciantes. Existe uma oscilação entre os abatedouros sobre o valor das carnes, os comerciantes negociam e aquele que oferece um preço mais atrativo são escolhidos.

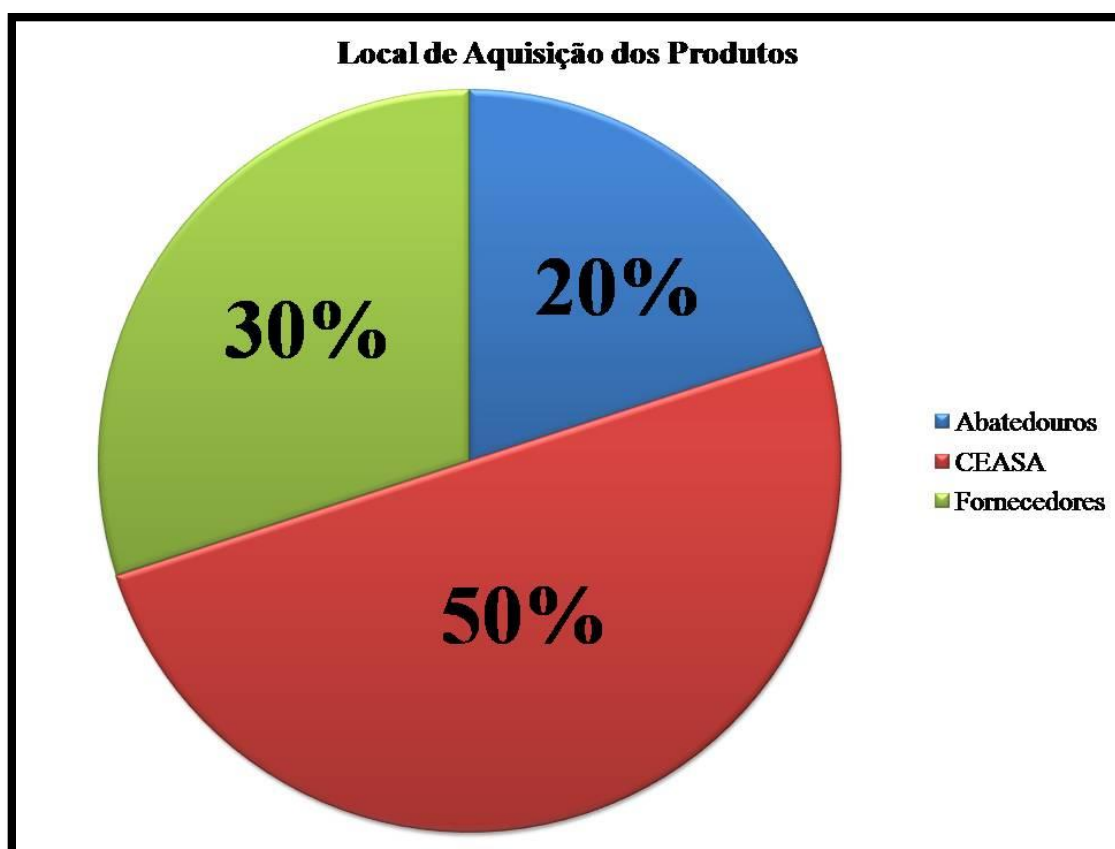


Gráfico 07: Local de Aquisição dos Produtos.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

No Gráfico 08 a seguir observamos que a situação das bancas e boxes dos comerciantes são do tipo próprias. Eles alegaram que o espaço físico de seus estabelecimentos são próprios, mas o terreno é da prefeitura municipal de João Pessoa-PB. Entretanto, os comerciantes nunca foram cobrados por meio de taxas ou proventos semelhantes pela utilização do espaço.

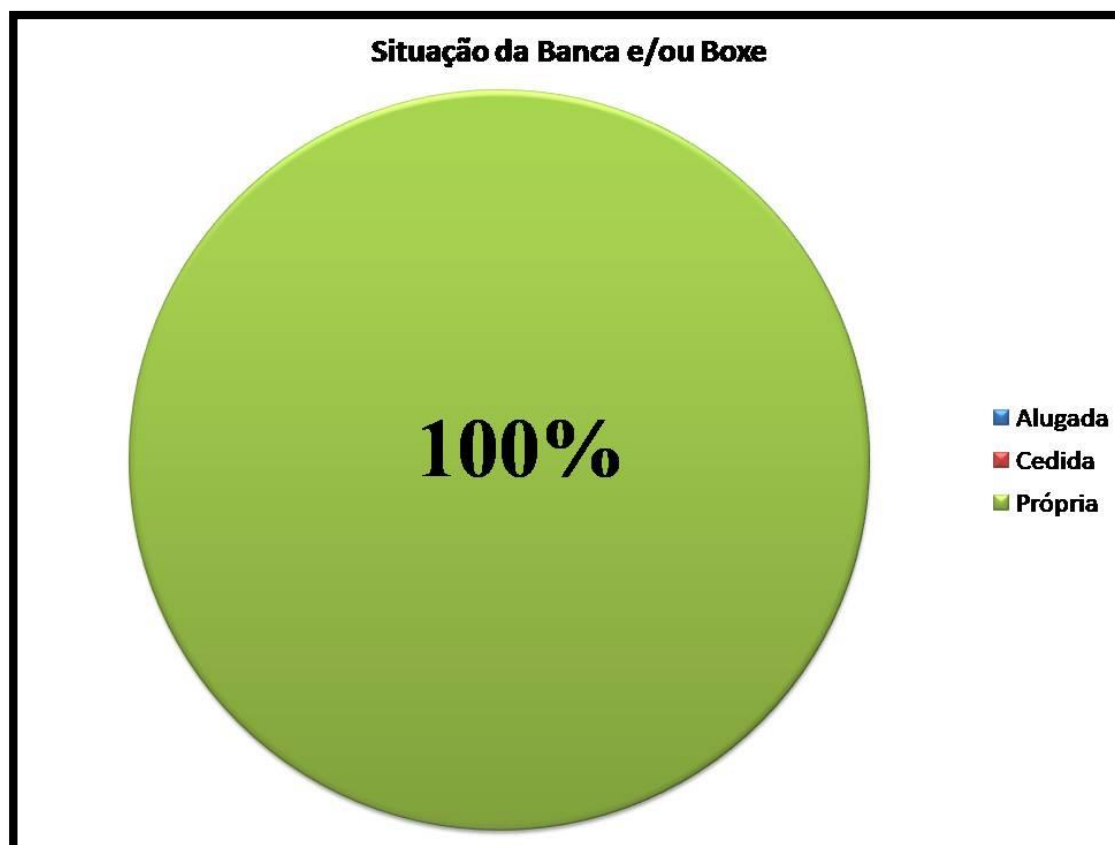


Gráfico 08: Situação da Banca e/ou Boxe.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

No Gráfico 09 a seguir observamos uma expressiva opinião dos comerciantes sobre a melhoria do mercado da Torre. A metade dos entrevistados relatou que higiene, infraestrutura e segurança; têm que serem melhorados conjuntamente. Outros responderam que esses pontos bastam ser tratados isoladamente.

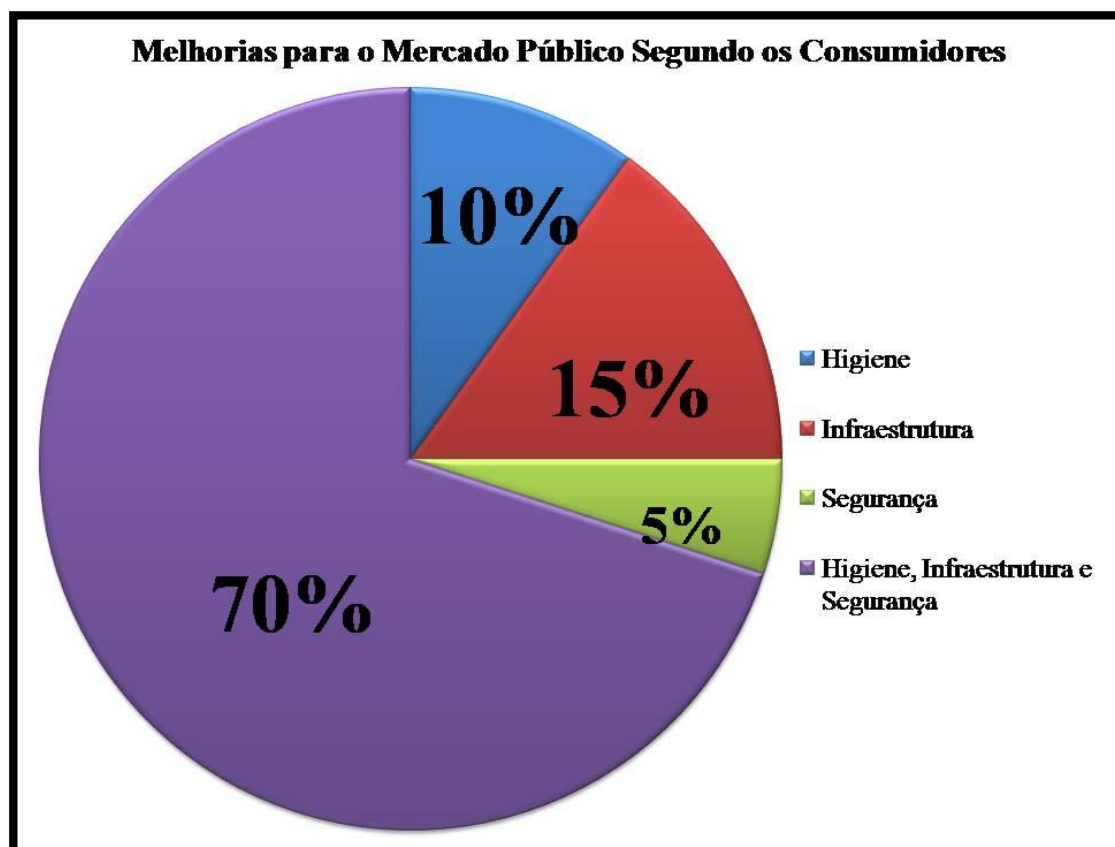


Gráfico 09: Melhorias para o Mercado Público do Bairro da Torre segundo os consumidores.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

3.5 PROBLEMAS SÓCIO-ESPACIAS DO MERCADO DA TORRE SEGUNDO OS COMERCIANTES

Os principais problemas sócio-espaciais que diagnosticamos no local de modo empírico e por relatos dos comerciantes e consumidores do local foram: estruturação antiga, higiene comprometida em determinados pontos do mercado e uma melhor redistribuição dos boxes. A seguir temos a opinião de alguns comerciantes sobre a reforma do mercado:

COMERCIANTE 01: Na opinião do comerciante, do setor de alimentação, que trabalha há 46 anos no mercado, os trabalhos prometem grandes melhorias. *“Para nós é uma maravilha porque durante muito tempo se ouviu falar em reforma e nunca se fez. E agora, graças a Deus, essa nova gestão está fazendo esse trabalho, que está bastante avançado, só temos que agradecer”*, disse.

COMERCIANTE 02: Na opinião do comerciante que trabalha desde a fundação do Mercado com a venda de cereais. *“Toda reforma que se faz é para o bem, então eu espero muita coisa boa. Mas, não é fácil, porque reformar é mais difícil do que construir. Esperamos sair daqui para um lugar mais estruturado e que melhore tudo para nós comerciantes”*.

COMERCIANTE 03: Na opinião deste comerciante, que mora há 25 anos no bairro, destacou a importância das obras para a população da área *“Vai ser muito bom para os moradores porque vai melhorar o mercado, vai ser mais limpo, com mais condições de higiene. Pelo que estamos vendo, vai ficar maravilhoso para os consumidores e comerciantes do local”*.

O Mercado da Torre possui uma área total de 5 mil metros quadrados e, com a reforma, terá uma estrutura para atender 240 comerciantes e cerca de 260 boxes. Eles serão instalados em boxes modernos e higienizados que visam garantir a segurança dos clientes e dos próprios vendedores. Para o local também foi desenvolvido um projeto de acessibilidade e um espaço de convivência para os usuários do mercado. O local também ganhará uma praça de alimentação, um novo sistema de drenagem, rede de esgoto, iluminação, sistema próprio de abastecimento de água, além de uma Estação Digital.

3.6 PERFIL DOS CONSUMIDORES

Quando fomos entrevistar os consumidores também encontramos um pouco de dificuldade, as mesmas reações de desconfiança foram detectadas. Alguns não quiseram responder, outros resistiram um pouco, mas com insistência cederam em opinar e outros ainda responderam sem nenhum tipo de resistência.

O Mercado da Torre é, sem dúvidas, um dos locais de comércio mais famoso da capital paraibana. Nele, é possível comprar de tudo: brinquedos, calçados, roupas, crustáceos, ovos, legumes, frutas, tapioca dentre outros.

Após analisar o perfil dos comerciantes do mercado da Torre, analisaremos agora o dos consumidores. Em pesquisa semi estruturada realizada com 20 entrevistados constatamos uma ampla diversidade entre os perfis dos mesmos. Jovens, adultos e idosos freqüentam o mercado público da Torre diariamente. Das mais variadas profissões: médicos, advogados, professores, aposentados, estudantes, donas-de-casa, etc. Pessoas que realizam suas compras no mercado há anos. Perguntado o porquê de se escolher o mercado público da Torre as respostas mais pertinentes foram: “a centralidade do mercado”, “a tradição do mercado”, “a variedade dos produtos”.

Percebemos que a grande maioria dos consumidores são residentes do próprio bairro, entretanto, há um grande número de clientes que saem de bairros circunvizinhos e até mais distantes para adquirem produtos no mercado da Torre. Nesta pesquisa com os consumidores observamos: os principais produtos consumidos, os gastos semanais dos clientes, a discussão entre comprar na feira/mercado ou nos supermercados e perguntamos à eles algumas sugestões de melhorias para o mercado.

Analizamos os dados obtidos e os resultados desses questionamentos se encontram nos gráficos a seguir:

No Gráfico 10 podemos observar uma certa equivalência entre os consumidores entre 51 anos à acima dos 60 anos, esse público corresponde aos aposentados, pensionistas e donas-de-casa. Em percentuais menores observa-se o público adulto e os jovens que procuram mais produtos de entretenimento como importados e refeições rápidas.

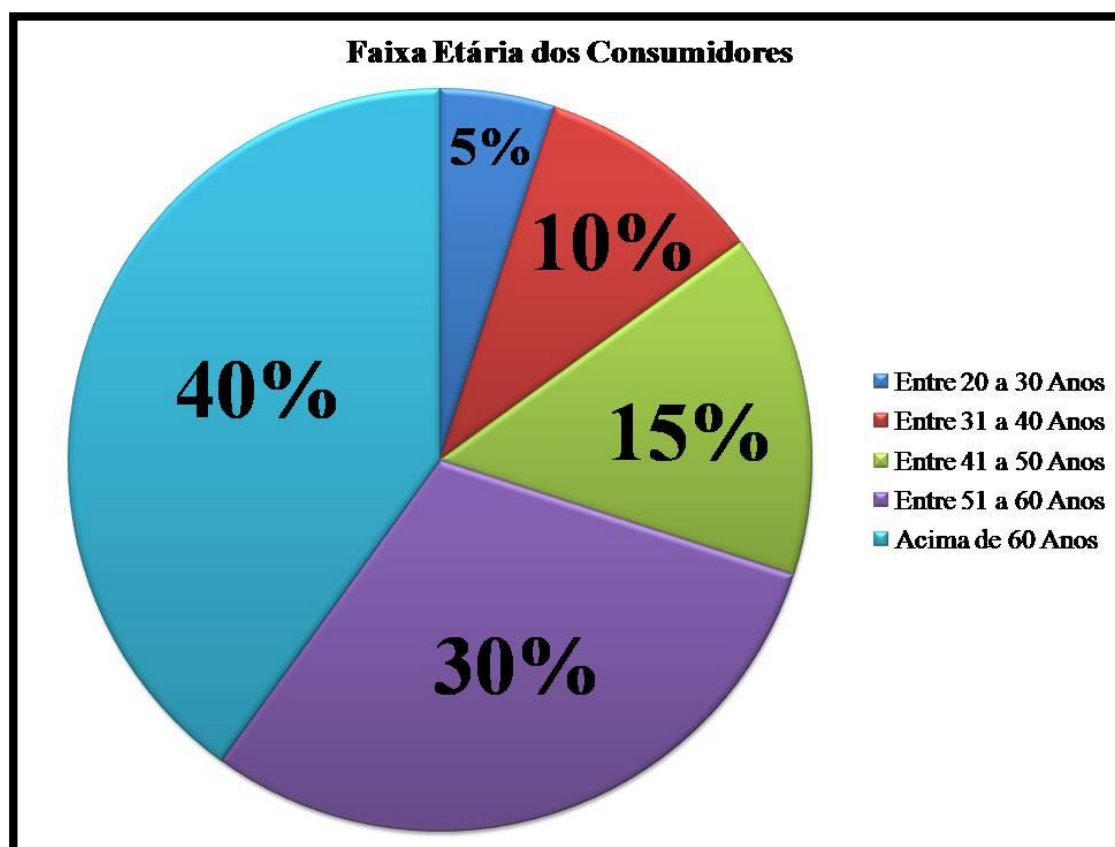


Gráfico 10: Faixa Etária dos Consumidores.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

Nesse Gráfico 11 podemos observar uma maior incidência do público feminino enquanto consumidores do mercado público da Torre. Constatamos que as mulheres freqüentam um pouco mais o espaço comercial do que os homens.

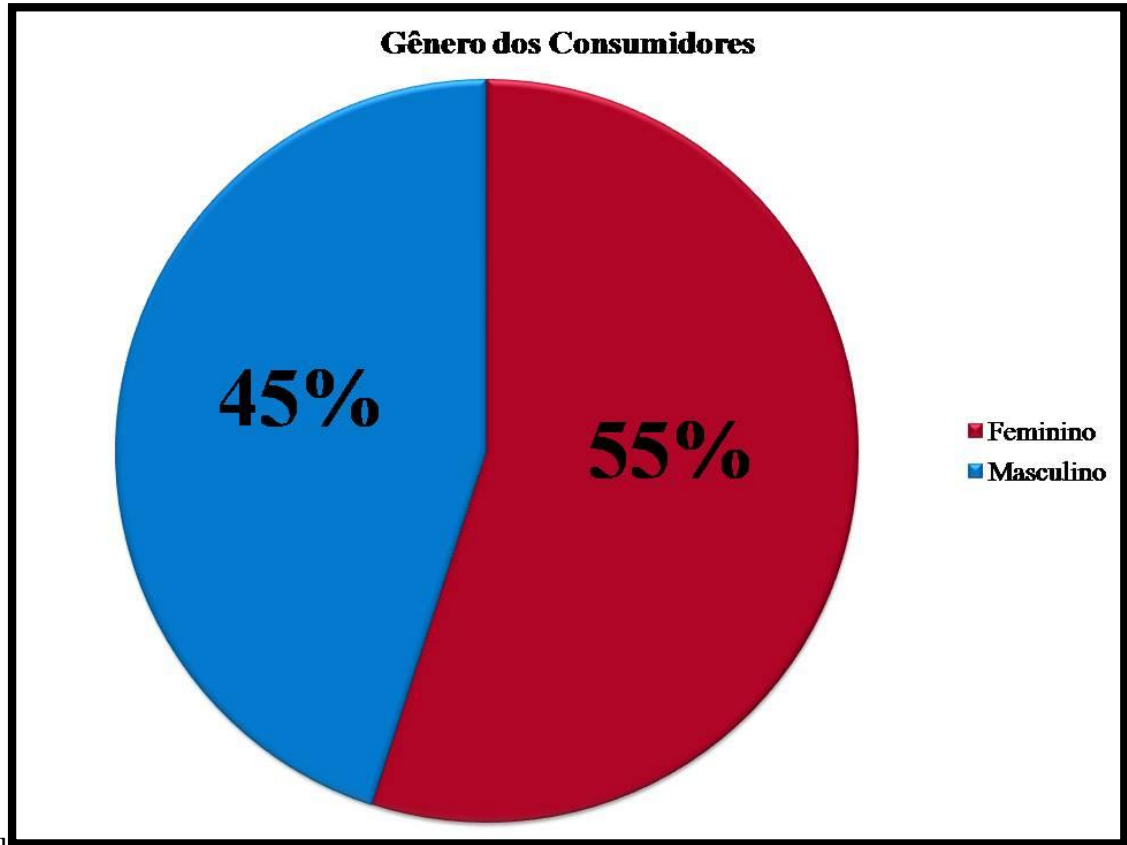


Gráfico 11: Gênero dos Consumidores.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

O Gráfico 12 mostra muitas pessoas formadas academicamente consomem os produtos da feira e do mercado da Torre. Esse percentual de 50% corresponde a médicos, advogados, professores. Em seguida as pessoas que possuem o ensino médio que corresponde aos servidores públicos, estudantes, donas-de-casa. E em percentual menor donas-de-casa, comerciantes informais.

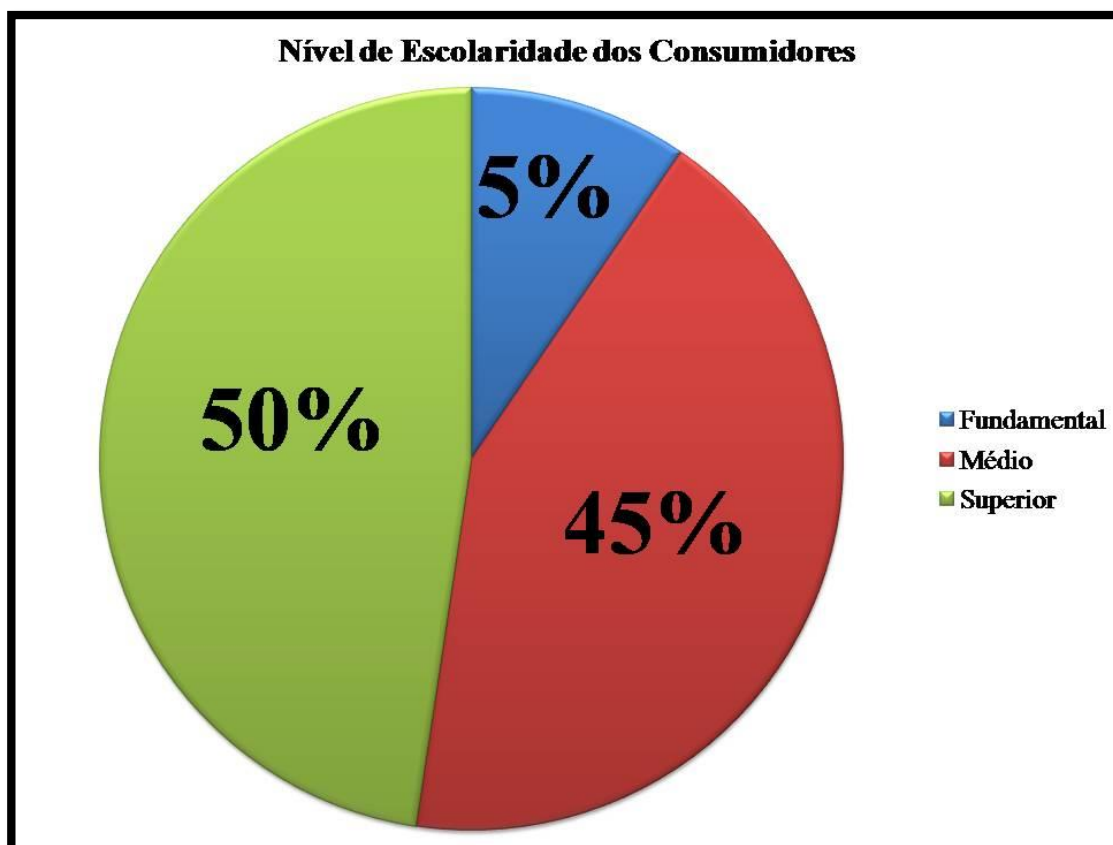


Gráfico 12: Nível de Escolaridade dos Consumidores.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

A partir da análise realizada sobre os dados obtidos junto às entrevistas, esboçamos um perfil nesse Gráfico 13, dos consumidores que adquirem os produtos da feira e mercado público do bairro da Torre. Chegamos a conclusão que a grande maioria dos consumidores (que corresponde à 40% dos dados) reside no próprio bairro da Torre, em seguida consumidores do bairro d Jaguaribe com 20%, depois o bairro dos Expedicionários com 10% e outros dividem o menor percentual.

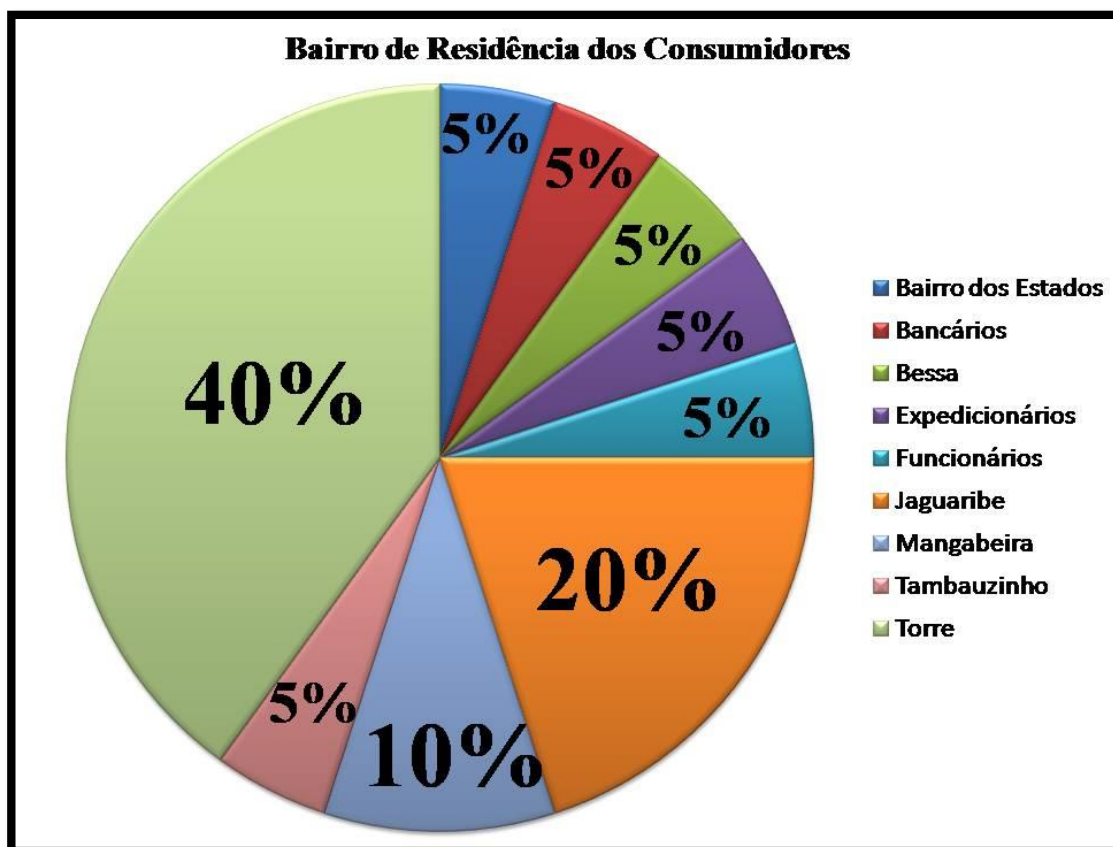


Gráfico 13: Bairro de Residência dos Consumidores.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

Constatou-se no Gráfico 14 que houve uma equivalência entre consumidores aposentados e comerciantes que corresponderam à 20% cada, donas de casa aparecem em seguida com 15%, professores, estudantes e servidores públicos aparecem com 10% e outras categorias com 5%.

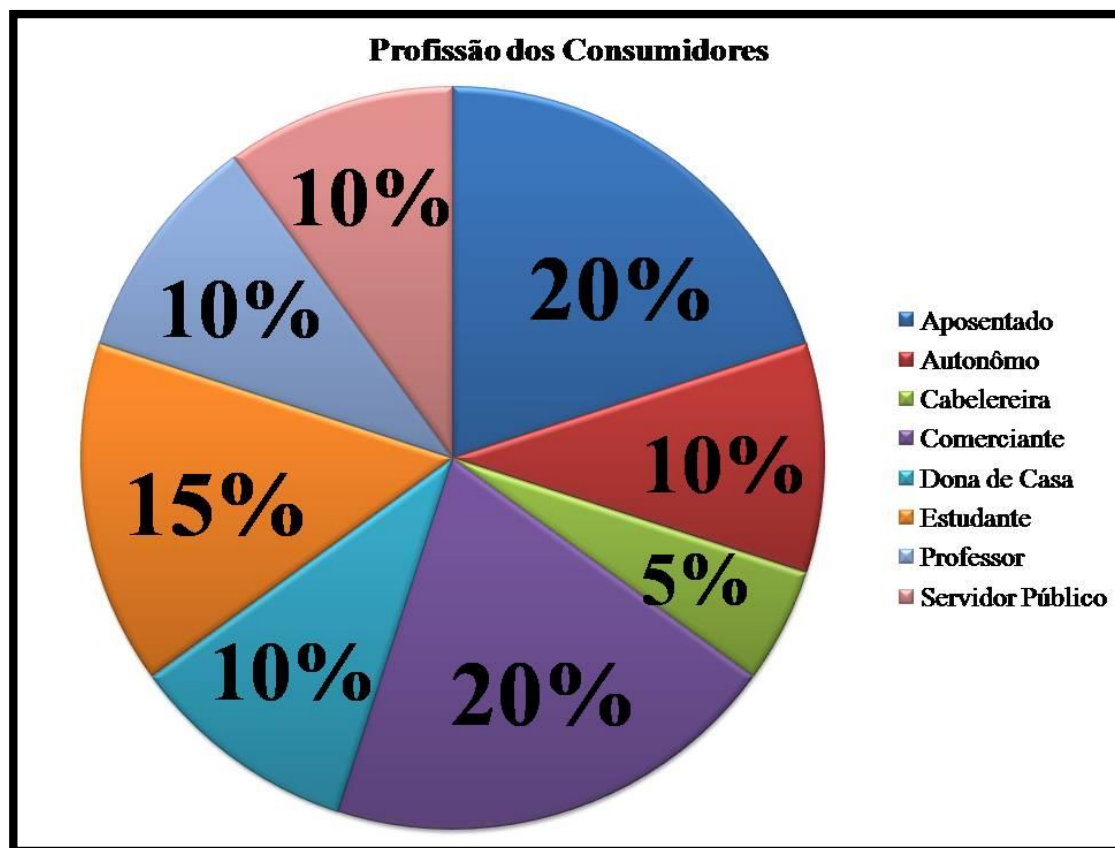


Gráfico 14: Profissão dos Consumidores.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

Sobre a preferência entre o local de compras dos consumidores o gráfico 15 mostra que: 65% das pessoas responderam que prefere comprar tanto na feira quanto no supermercado dependendo da necessidade. Frutas e verduras preferíveis da feira enquanto carnes e frios preferíveis os dos supermercados; 20% responderam no supermercado alegando a comodidade e a segurança para a realização das compras; 15% optaram apenas pela feira devido à um maior frescor dos alimentos e a possibilidade de negociação com os comerciantes.

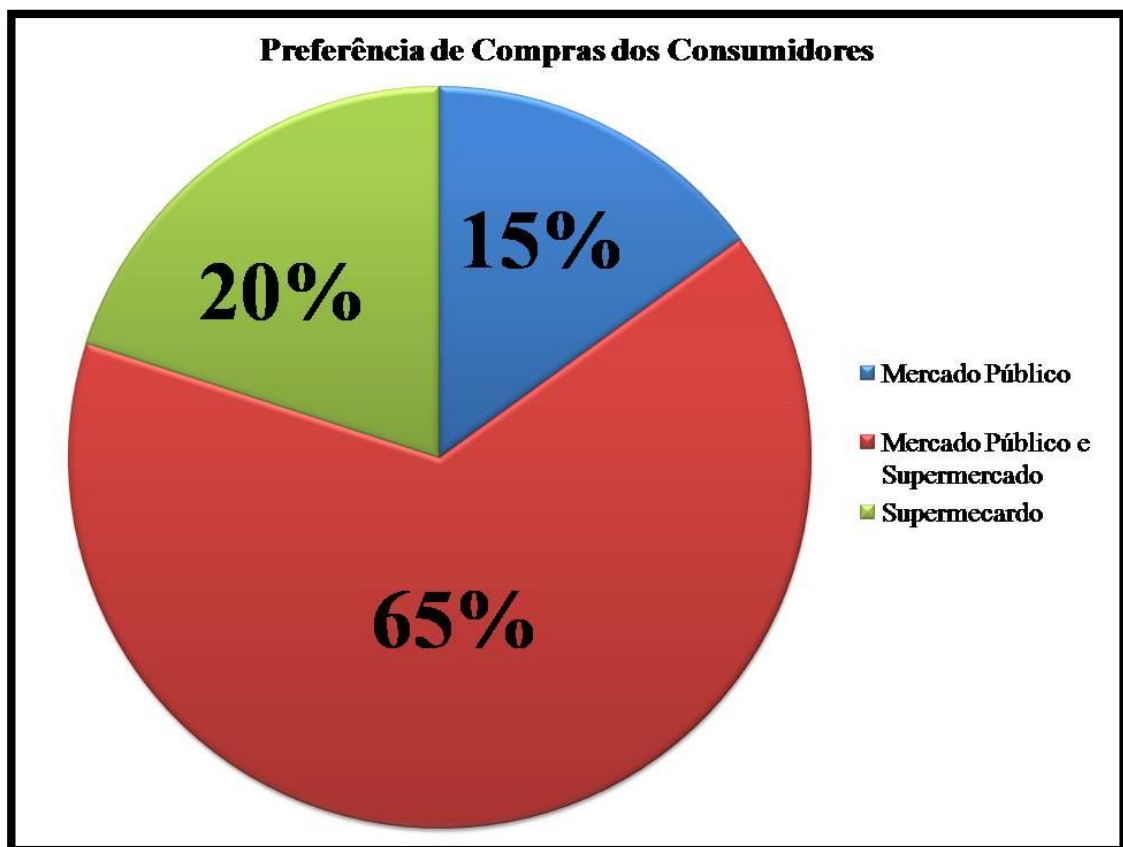


Gráfico 15: Preferência de Compras dos Consumidores.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

Nesse Gráfico 16 podemos observar uma alta incidência de comercialização de frutas, legumes e verduras que juntos correspondem a 45% dos produtos mais consumidos entre os clientes; carnes e frangos correspondem a 15%, peixes correspondem a 15%, grãos correspondem a 15% e outros produtos correspondem a 10%.

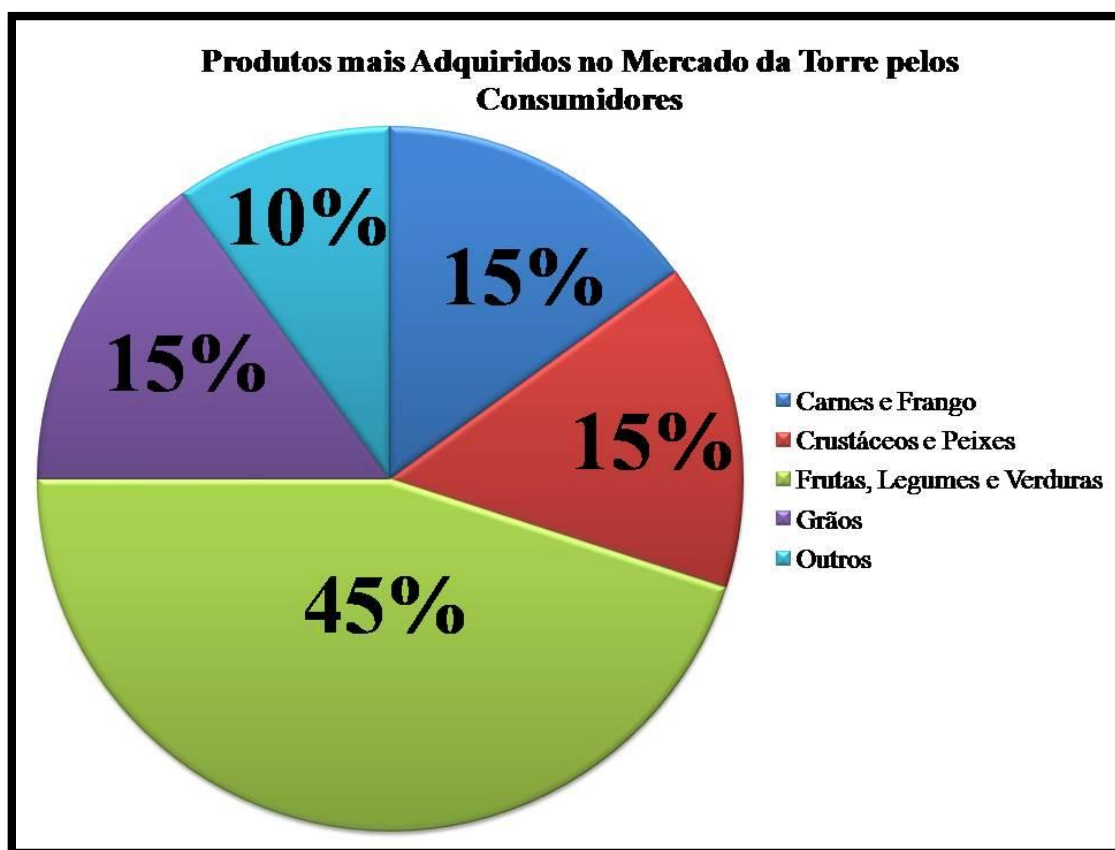


Gráfico 16: Preferência de Compras dos Consumidores.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

No Gráfico 17 observamos um maior percentual das pessoas que gastam entre R\$100,00 à R\$200,00 reais. Isso remete à uma credibilidade dos produtos do mercado. Em percentuais menores estão as pessoas que consomem até R\$50,00 e entre R\$50,00 à R\$ 100,00 reais. Uma minoria não informou os gastos.

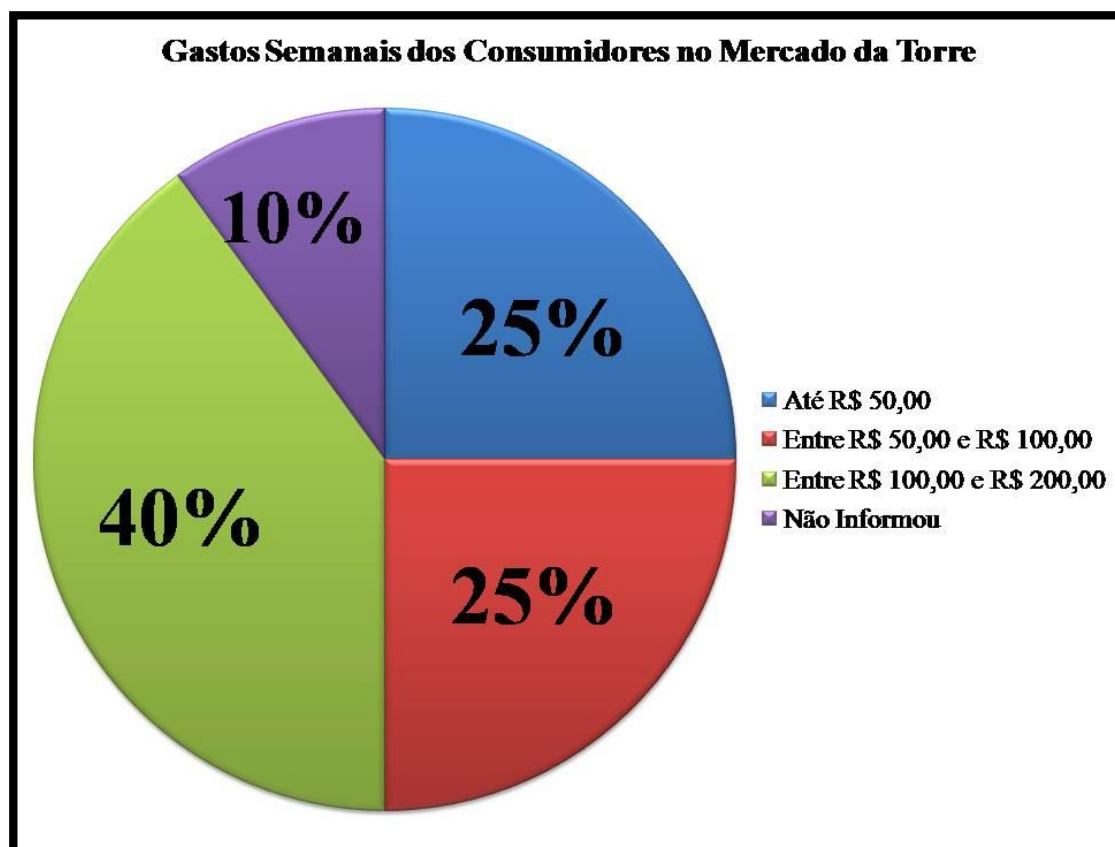


Gráfico 17: Gastos Semanais dos Consumidores no Mercado da Torre.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

Nesse Gráfico 18 temos a opinião das pessoas enquanto consumidores do local comercial estudado. Constatou-se que três quesitos são unânimes na opinião dos clientes: higiene, infraestrutura e segurança. A grande maioria relatou que os três pontos conjuntamente precisam ser melhorados, outros percentuais menores disseram que apenas alguns desses pontos isoladamente é que devem ser melhorados.

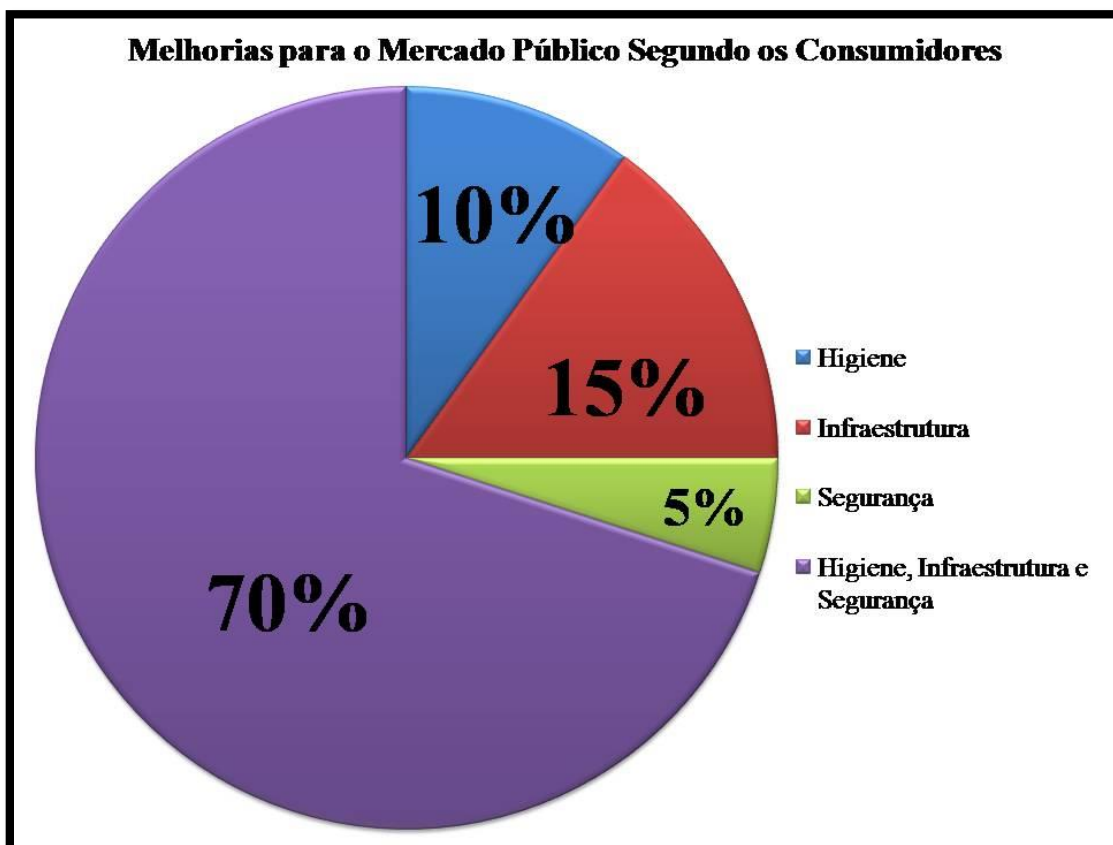


Gráfico 18: Melhorias para o Mercado Público Segundo os Consumidores.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

Observamos que existem muitos boxes inativos, outros só funcionam de terça à domingo. Os finais de semana (sábado e domingo) percebemos que são os dias mais rentáveis para os comerciantes. Há um grande fluxo de pessoas e veículos no mercado público da Torre.

Ao dialogar com alguns comerciantes e consumidores perguntamos sobre as principais dificuldades que eles enfrentam no ambiente local. Eles responderam:

- Higiene: pois há uma grande incidência de pombos que repousam nas estruturas superiores internas do mercado e seus dejetos acabam caindo no chão e muitas vezes atingem as pessoas;
- Infraestrutura: pois a obra da reforma que já dura 2 anos ainda não está concluída;
- Segurança: vez em quando existem acontecimentos desagradáveis relacionados a esse ponto.

Possuindo uma área total de 5 mil metros quadrados o mercado está localizado entre as avenidas Caetano Filgueiras e a Barão de Mamanguape e as ruas Carneiro da Cunha e Feliciano Dourado. Até hoje o mercado público da Torre é considerado como um dos mais tradicionais de João Pessoa, um grande número de pessoas passam por aquele local diariamente e esse fluxo aumenta ainda mais nos finais de semana.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do abordado nessa pesquisa podemos melhor compreender a relação influente que o mercado da Torre tem para os comerciantes e consumidores da região. Uma localização privilegiada que favorece a confluência de outras comunidades. Observamos o cotidiano do local, a variedade dos produtos e serviços que gradativamente foram se renovando. A tradição, que é um dos pontos mais relevantes de um mercado, as relações e as trocas de informações entre as pessoas que ali freqüentam.

Retratamos os perfis dos comerciantes, pessoas humildes e alegres, onde muitos trabalham há anos no ramo e que com essa atividade sustentam e investem nos estudos de parentes para que estes tenham um futuro melhor. Os perfis dos consumidores que contém pessoas de variadas profissões e culturas; e que apesar da concorrência entre os mercados públicos e os grandes supermercados, muitos ainda preferem a simplicidade de um comércio de bairro.

Podemos diagnosticar problemas que interferem no desenvolvimento do mercado, como: a falta de higiene em determinados pontos da área, estruturas comprometedoras e vias de acessibilidade insuficientes. Percebemos a necessidade de se concluir as obras de revitalização do mercado, tendo em vista que uma melhor estrutura beneficiará aos trabalhadores, consumidores e residentes próximos ao local. Esse é um quesito de responsabilidade governamental e que deve favorecer o direito de trabalho da comunidade local.

Dessa forma, nesse trabalho utilizamos os conhecimentos adquiridos no decorrer do curso de Geografia. As referências indicadas serviram de base para a construção da pesquisa e com isso desejamos contribuir para a ampliação de informações e conhecimentos dos recursos acadêmicos referentes à temática de feira e mercados públicos, sobretudo no bairro da Torre.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DINIZ, Priscila Aline Alves. **Feira Livre de Oitizeiro em João Pessoa – PB**. Monografia no Curso de Geografia. João Pessoa, UFPB, 2014, p.31.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. Disponível em 29 de julho d 2014: www.ibge.gov.br.

GOMES, Camila Gonçalves. Uma **Análise Socioespacial da Feira Livre de Bayeux-PB**. João Pessoa – PB, 2013, p.53.

FERRETTI, M. Feiras Nordestinas: estudos e problemas. In: FERRETTI, S. (org.). **Reeducando o Olhar: estudos sobre feiras e mercados**. São Luís/MA: Edições UFMA-PROIN (CS), 2000, p. 35-66.

PAZERA JÚNIOR, E.. **A Feira de Itabaiana-PB: permanência e mudança**. 2003. 201 f. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Universidade de São Paulo, São Paulo.

PINTAUDI, Silvana Maria. **Os Mercados Públicos: metamorfose de um espaço na história urbana**. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidade de Barcelona. Vol. X, num. 218 (81), 1 de agosto de 2006.

PMJP. Prefeitura Municipal de João Pessoa. Disponível em 29 de julho de 2014: www.joaopessoa.pb.gov.br.

RENNÓ, Raquel. **Do Mármore ao Vidro: mercados públicos e supermercados, curvas e reta sobre a cidade**. São Paulo: Annablume, 2006 - 130 p.

SANTOS, Milton. **Espaço e Método**. São Paulo: Nobel, 1985. 88 p.

SANTOS, Juliane Lins de Souza; FILHA, Maria Berthilde Moura. **Os Cenários Visuais do Bairro da Torre**. X Encontro de Iniciação à Docência. UFPB – PRG, p.06

APÊNDICE

Apêndice A

Pesquisa de Campo – Questionário com os Comerciantes

Uma Análise Sócio-Espacial do Mercado Público do Bairro da Torre

1. Idade: _____
2. Gênero: () Masculino () Feminino
3. Naturalidade: _____
4. Nível de escolaridade:
() Alfabetizado; () Não alfabetizado
Fundamental: () Incompleto; () Completo; () Cursando
Médio: () Incompleto; () Completo; () Curando
Curso Superior: () Incompleto; () Completo; () Cursando
5. Tempo de atuação no mercado: _____
6. Produto (s) comercializado(s):
() Carne e Franco;
() Crustáceos e Peixes;
() Fruta, Legumes e Verduras
() Grãos;
() Outros .
7. Local onde adquire os produtos: _____
8. Qual é a situação da sua banca e/ou boxe? () Alugada () Cedida () Própria
9. Para você qual a maior dificuldade encontrada para se trabalhar no Mercado Público da Torre? _____

Apêndice B

Pesquisa de Campo – Questionário com os consumidores

Uma Análise Sócio-Espacial do Mercado Público do Bairro da Torre

1. Idade: _____
2. Gênero: () Masculino () Feminino
3. Nível de escolaridade: () Alfabetizado; () Não alfabetizado.
Fundamental: () Incompleto; () Completo; () Cursando
Médio: () Incompleto; () Completo; Cursando
Curso Superior: () Incompleto; () Completo; () Cursando
4. Bairro de Residência: _____
5. Profissão Atual: _____
6. Onde prefere comprar?: () No Mercado () No Supermercado () Nos Dois
7. Produtos que compra com mais frequência no mercado?

8. Quanto gasta por semana no mercado?
() até R\$ 50,00 () entre R\$ 50,00 e R\$ 100,00 () entre R\$ 100,00 e R\$ 200,00
() Não informou
9. Para você, o que precisa melhorar no mercado público do bairro da Torre?
